



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Herramientas para abordar la comunicación y la educación sexual integral desde una perspectiva de género en la educación media

Autores (en el caso de tesistas y directores):

Tamara Aimé Contreras

Magalí Mariana Medina

Sandra Chaher, tutora

Silvana Iovanna Caissón, co-tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2022

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



Informe tesina de producción

“Herramientas para abordar la Comunicación y la Educación Sexual Integral desde una perspectiva de género en la educación media”

Nombre y apellido: Tamara Aimé Contreras

DNI: 33698057

Mail: Tamcontreras@hotmail.com

Firma:



Nombre y apellido: Magalí Mariana Medina

DNI: 32468523

Mail: magalimarianamedina@gmail.com

Firma:



Datos de TUTORAS

TUTORA

Nombre y apellido: Sandra Chaher

Nº Legajo/DNI: 18473257

Cargo: Docente de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Buenos Aires por los seminarios optativos: Agenda feminista de comunicación para Argentina y América Latina y Prácticas comunicacionales con enfoque de género. Desde 2014.

Pertenencia institucional: Docente en U.B.A., Presidenta de Asociación Civil Comunicación para la Igualdad.

Tutor interno / Tutor externo: Interno

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Lorena', written on a light gray background.

CO-TUTORA

Nombre y apellido: Silvana Iovanna Caissón

Nº Legajo/DNI: 32436773

Cargo: Becaria de Conicet por la UNSJ. Actual JTP en la materia Seminario-Taller de Transferencia Disciplinar del Ciclo de Profesorado en Cs. Sociales de la Uncuyo.

Pertenencia institucional: Universidad Nacional de San Juan - Universidad Nacional de Cuyo.

Tutor interno / Tutor externo: Externo

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Silvana', written on a light gray background.

Índice

1. Fundamentación.....	pág. 4
2. Definiciones.....	pág. 6
a. Lenguaje inclusivo.....	pág. 6
b. Comunicación como un derecho humano.....	pág. 6
c. Perspectiva pedagógica.....	pág. 13
d. Comunicación y educación.....	pág. 11
e. Concepción de Género.....	pág. 13
f. Género y educación.....	pág. 16
3. Propósitos.....	pág. 17
4. Metodología.....	pág. 17
5. La guía didáctica.....	pág.18
6. Conclusiones.....	pág. 24
7. Bibliografía.....	pág. 25

1. Fundamentación

Escribimos esta tesina como feministas, educadoras y comunicadoras populares que han hecho un recorrido en el que confluyen conocimientos académicos pero también experiencias y vivencias valiosas, con la expectativa de que nuestro trabajo haga un aporte a la construcción de una sociedad más igualitaria.

Creemos que el movimiento feminista obtuvo más fuerza apoyándose en el retorno de la democracia, posibilitando la aparición de acciones y campañas feministas¹ y la sanción de leyes² que han sido de avanzada en la región. En relación a ello, entendemos que los debates del movimiento feminista y las reivindicaciones de los derechos que se vienen dando, actualmente forman parte de la agenda del sistema educativo luego de un largo proceso de lucha de mujeres, disidencias, docentes y estudiantes que tuvo como respaldo la declaración de la educación como bien

¹ Como la Comisión por el Derecho al Aborto (Codeab), creada 1988 que funcionó hasta 2008, cuando sus integrantes confluyeron en la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal Seguro y Gratuito; los Encuentros Nacionales de Mujeres (hoy Encuentro Plurinacional de Mujeres, Lesbianas, Trans, Travestis, Bisexuales y No Binaries) que se realizan desde 1986 o la Campaña #NiUnaMenos surgida en 2015.

² Ley de Educación Sexual Integral (ESI) (N°26.150) sancionada en 2006. Ley Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (N°26.485) sancionada en 2009. Ley de Identidad de género (N°26.743) sancionada en 2012. Ley de Matrimonio entre Personas del Mismo Sexo (N°26.618) sancionada en 2010. Ley de promoción del acceso al empleo formal para personas travestis, transexuales y transgenero “Diana Sacayán - Lohana Berkins” (N°27636) sancionada en 2021.

público y derecho humano fundamental (Ley Nro. 26.206) a través del cual se ejercen otros derechos.

Estas temáticas se logran incluir en las escuelas, en muchos casos, gracias a los jóvenes que, como sujetos activos, debaten, exigen saber y conocer desde sus propios intereses. Estos debates -en muchos casos sin un espacio institucional claro y al margen de los programas- lograron en 2006 hacerse lugar en la escuela con la sanción de la Ley de Educación Sexual Integral (E.S.I) (Ley Nro. 26.150), que permitió incorporar el tratamiento de estos temas -muchos tabú aún en el siglo XXI- como parte del ejercicio del derecho a la educación y al conocimiento de los jóvenes.

Sin embargo, aún hay muchas instituciones que no cumplen con la Ley de Educación Sexual Integral ni generan instancias de información y formación para sus estudiantes y docentes en este campo. En otros casos, las abordan desde una mirada biologicista o que deja afuera no tienen en cuenta la mirada transversal, eje fundacional del programa nacional de ESI.

Según el informe “Educación Sexual Integral. Encuestas a docentes y estudiantes del nivel secundario” presentado en 2018 por el Ministerio de Educación e Innovación del GCBA, la mayoría de los docentes afirma haber trabajado con ESI, primordialmente en espacios de Biología y un 76% lo hicieron mediante explicaciones del/la docente. En comparación, cuando se indagó sobre las actividades que a los estudiantes les gustaría trabajar, las propuestas están relacionadas a prácticas comunicativas, entre las más nombradas: realización de una radio abierta, debate sobre una película, preparación de una obra de teatro, publicación en el diario escolar, diseño de campaña de concientización y realización de un video o corto.

A partir de lo planteado, y evaluando la necesidad de que en nuestra disciplina los contenidos planteados en los programas cuenten con herramientas que permitan un abordaje de derechos sexuales, es que nos proponemos elaborar una guía didáctica en la que confluyan la comunicación y el género para brindar herramientas que faciliten el abordaje de los contenidos ESI en comunicación.

2. Definiciones

a. Lenguaje inclusivo.

La tesina será escrita en lenguaje inclusivo que comprenda la diversidad de identidades de género rompiendo con los enfoques binarios de varón y mujer. Utilizaremos la “e” en lugar del masculino universal de nuestra lengua. Entendemos, como Voloshinov (1976) que todo signo es ideológico y por tanto arena de lucha. Si bien el autor entiende el concepto en clave de lucha de clases, consideramos que también se puede pensar desde una perspectiva de género.

El lenguaje siempre nos precede, de modo androcéntrico establece el masculino universal como la norma, presentándose como neutral. Entendemos que éste reproduce pero también constituye realidades y por ello tiene efecto sobre las personas, sus acciones, valores e identidades.

Utilizar el inclusivo no es una decisión lingüística sino política ya que, desde una concepción performativa del lenguaje, los discursos sociales “son prácticas cuyos contextos de producción ritualizan, reiteran, usos y costumbres, pero en la misma reiteración producen desplazamientos de sentido que pueden generar innovaciones” (Campagnoli, p. 71, 2015).

b. La comunicación como derecho humano

Partimos de considerar la comunicación como un derecho humano y no una mercancía, por ello, las prácticas comunicacionales deben habilitar la construcción de una sociedad cada vez más plural y democrática. Entendemos, siguiendo a Uranga, que este derecho es “aquella potestad de todos los ciudadanos para expresarse en igualdad de oportunidades y en igualdad de condiciones. (...) Este no puede ser un derecho simplemente declamado: para que sea efectivo tiene que apoyarse en condiciones materiales (económicas, políticas, sociales y culturales) que lo garanticen” (Uranga, 2013, p. 20).

En relación a ello, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522) sancionada en 2009 en nuestro país, establece en su artículo 2 que: “La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar,

recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones”. Es por ello que comprendemos que es fundamental el rol del Estado en el cumplimiento de este derecho humano, y en ello, su deber de contemplarlo en las instituciones educativas evitando que quede librado al mercado favoreciendo la concentración de las industrias culturales y perjudicando la pluralidad de voces. Desde la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), el derecho a la libertad de expresión ha sido considerado como derecho fundamental. En palabras de Loreti y Lozano (2012, p. 38), “la información y la comunicación dejan de ser potestades del Estado, de los empresarios periodísticos o, inclusive, de los propios periodistas, para convertirse en un derecho humano, cuyo titular es el público”. A partir de allí, el derecho a la información y la libertad de expresión han sido incluidos en diversos tratados internacionales durante el siglo XX³. Siguiendo a los autores, recuperaremos el derecho a la comunicación en sus dos dimensiones, la individual (no censura) y la colectiva (derecho a recibir y producir comunicación plural).

Por otro lado, y en cuanto los derechos de las mujeres, a nivel internacional son entendidos como tales desde la Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación hacia la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés) aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1979. Así mismo, en 1994, la Asamblea General de la Organización de Estados Americanos (OEA) aprueba Belém do Pará (Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer), reconociendo también la violencia de género y la responsabilidad de los estados. Ambas establecen una relación entre la violencia y los estereotipos de género, señalándolo como un problema a resolver.

En la 4ta conferencia Mundial de la Mujer se aprueba la Plataforma de Acción de Beijing que incluye recomendaciones y políticas de acción para el sector mediático. Así mismo, en 2006 los Principios de Yogyakarta incluyen a las personas con orientaciones sexuales e identidades de género diversas como sujetos de los derechos humanos universales subrayando, entre otros aspectos, la importancia de la libertad de expresarse, expresar la propia identidad y la propia sexualidad.

³ Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966), la Convención Internacional de Derechos del Niño (1989), la Declaración Americana de Derechos y Deberes del Hombre (1948), la Convención Americana sobre Derechos Humanos o Pacto de San José de Costa Rica (1969) y la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión (2000). Esta concepción también está presente, a nivel nacional, en la ley n° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (2009)

En Argentina, la sanción de dos leyes locales han sido muy importantes para motorizar estas recomendaciones: la Ley N° 26.485 de Protección Integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que se desarrollan sus relaciones interpersonales⁴, y la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). Según explica Chaher (2014):

"Si los medios de comunicación nos impactan cada pocos segundos con imágenes estereotipadas de mujeres y varones heterosexuales, y de personas con identidades de género diversas, no bastará una campaña, una serie de capacitaciones o una sanción eventual, sino que se requiere de un potente compromiso de transformación para que la igualdad se logre y se perpetúe en el tiempo y vaya probando y generando nuevas estrategias de acción" (Chaher, 2014, p. 13)

En su artículo 3 la LSCA afirma que es necesario proteger y promover la igualdad de manera inclusiva y ética, favoreciendo un desarrollo cultural diverso y no estereotipado .

Además, en su artículo 71, subraya la importancia de que "quienes obtengan beneficios por la transmisión de programas y/o publicidad" velen por el cumplimiento de diversas leyes, entre las que se encuentran la Ley 26.485 de protección integral para prevenir, sancionar, y erradicar la violencia contra las mujeres. Por otro lado, se subraya la importancia de la no discriminación. El artículo 81 explicita, que la publicidad no debe discriminar a distintos grupos sociales por distintos motivos, entre los que se nombra a género y orientación sexual.

Es por todo esto que la comunicación debe ser pensada desde una perspectiva de género de manera inclusiva, plural e igualitaria, Chaher afirma "...en el ámbito de temas comunicacionales en Argentina, la igualdad de género está instalada como

⁴ La ley n° 26.485 enumera (entre otros) dos tipos de violencia, del orden de las prácticas comunicacionales, que pueden recaer sobre las mujeres. En su art. 5 inc 5. establece que la *violencia simbólica* es: "La que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad." Por otro lado, en su Art. 6 inc. F señala la *violencia mediática* contra las mujeres como "aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres."

debate: ya no es posible pensar una dimensión de la comunicación en la que el género no sea una política activa o una deuda pendiente” (Chaher, 2018 p.3).

c. Perspectiva pedagógica

Como educadoras, compartimos la idea de Henry Giroux, quien afirma que la pedagogía es “una práctica ética y política que urge a los estudiantes a ver más allá de ellos, trascender el llamado de privilegiar el interés individual y volverse sujeto en la determinación del poder, los modos de gobierno, la igualdad y la justicia” (Giroux 2015, Pp 15- 27) .Retomaremos de este autor la concepción de educación y el espíritu democrático, entendiendo también a las instituciones educativas como múltiples, contextualizadas, cambiantes, con posibilidades emancipatorias y a la educación como un espacio de disputa simbólica en donde se dirimen tanto los sentidos como las identidades.

A su vez, creemos que algunas prácticas educativas aún insisten en una continuidad con lo que Freire denomina noción bancaria de la educación en la que “el educador aparece como su gran agente indiscutible, como su sujeto real, cuya tarea es -llenar- a los educandos con los contenidos de su narración” (Freire, 1970, p. 77). Coincidimos con Paulo Freire e Ira Shor (2014) cuando hacen una crítica de los currículum modernos, a los que consideran separados del acto de estudiar. Siguiendo a los autores entendemos que les docentes se limitan muchas veces a relatar las conclusiones hechas en otro lugar y les estudiantes a memorizarlas, este “es el modelo de enseñanza más compatible con la promoción de la autoridad dominante en la sociedad y con la desactivación de la potencialidad creativa de los alumnos” (p. 29).

Freire y Shor (2014), nos proponen no dar por sentada la motivación de les estudiantes y crear una atmósfera de escucha donde puedan expresarse y producir, debatir, consensuar y tomar posición en los temas. Esta idea de la educación como democracia radical implica una horizontalidad entre educadoras/es y estudiantes en la que “tanto los profesores como los alumnos deben ser los que aprendan, deben ser los sujetos cognitivos, a pesar de que sean diferentes” (p. 55).

De esta manera, entendemos a les estudiantes no como sujetos pasivos sino como sujetos activos con historias, saberes y prejuicios previos. Buscamos así identificar

esos conocimientos previos para favorecer un espacio educativo en el que se les invite a participar. La docencia implica, entonces, investigar al estudiantado como tarea preparatoria para el aula liberadora, diversa, crítica y no estandarizada. Al igual que Duquelsky (2011), entendemos que los saberes previos pueden ser una oportunidad o ventaja a aprovechar y que también pueden actuar como obstáculos epistemológicos obstruyendo el camino hacia una comprensión profunda y crítica de las problemáticas, por ello articulamos las propuestas didácticas a través del cuestionamiento y problematización de los mismos.

La guía está organizada según contenidos de las materias del Bachiller en Comunicación para la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y Gran Buenos Aires (GBA) . La selección la realizamos teniendo en cuenta las concepciones de De Alba (1988) sobre el currículum, es decir, la revisión de la currícula como parte de una práctica pedagógica y por lo tanto social y política. Para la autora, el currículum no es neutral sino que involucra relaciones de poder que pugnan por la definición de lo válido imponiéndose únicamente la visión hegemónica. Por otro lado, tenemos en cuenta aquello que Grinberg y Levy (2009) denominan el currículum oculto, es decir, contenidos y formas no explícitos pero que podemos encontrar en las prácticas y procesos educativos, tales como “relaciones sociales en el aula y en la escuela; a las actitudes, valores, modos de pensar y comportarse que, si bien no están explicitados, constituyen una parte importante de los aprendizajes” (2009, p. 69).

Asimismo, consideramos incluir contenidos del currículum nulo, conformado por aquellos saberes excluidos, despreciados o devaluados, saberes que “no deben enseñarse por ser nocivos, peligrosos o, simplemente falsos o banales, lo cual implica que carecen de estatus epistemológico” (Da Cunha, 2015, p. 156). En función de estos tres currículums es que construimos la selección de contenidos de comunicación y su vinculación con la perspectiva de género en el campo educativo. En este sentido, las actividades que se incluyen en cada tema y contenido apuntan a generar espacios de diálogo, reflexión y participación ya que, tal como lo afirma Martín Barbero (2002), “si comunicar es compartir significación, participar es compartir acción. La educación sería entonces el decisivo lugar de su entrecruce”. Para ello utilizaremos preguntas que, según explica Litwin (1997) pueden ayudar a los procesos de comprensión para otorgar “pistas” y llegar a profundizaciones a las que les estudiantes no podrían llegar por sí mismos. Preguntas como “¿Qué opinan

sobre el acontecimiento del día?”, “¿Qué relación tienen con éste?” “¿Cómo y dónde se informan sobre lo que les interesa?” nos ayudarán a indagar en las creencias previas. También incluiremos preguntas que aborden concepciones previas de la cultura, por ejemplo: ¿Cómo te ves a vos mismo?, ¿Alguna vez te pasó...? ¿Cómo te relacionas con otros? Abordaremos así la cuestión pedagógica incentivando a los docentes a ocupar un rol activo frente al aula, no usando el manual como receta inamovible, sino como una herramienta para que, docentes y estudiantes en conjunto, incorporen conceptos, identifiquen problemas y enfrenten preguntas que movilicen la capacidad de innovación y el intercambio crítico.

La selección de contenidos y la planificación de actividades se realizó teniendo en cuenta los procesos de transposición didáctica, es decir, siguiendo a Chevallard, el transformar el saber científico en un saber didactizado, posible de ser enseñado. En palabras del autor, “para que la enseñanza de un determinado elemento de saber sea meramente *posible*, ese elemento deberá haber sufrido ciertas deformaciones, que lo harán apto para ser enseñado” (1997, p.5). Dicho de otra manera, el saber enseñado es siempre distinto al saber que es enseñado ya que es necesario poner en situación y adaptar el contenido dependiendo del contexto. En ese sentido, atendemos al concepto de rigurosidad didáctica (Feldman, 2001) el cual refiere a la necesidad de trabajar y planificar sobre cada clase aunque teniendo en cuenta que toda planificación es una guía y es necesario adaptarse a condiciones particulares (contexto) según dónde vaya a desarrollarse (Feldman, 2001).

d. Comunicación y educación

Teniendo en cuenta que los medios masivos, redes sociales y nuevas tecnologías se han expandido hasta estar presentes en todos los ámbitos, tanto sociales como privados, los jóvenes de hoy consumen y producen discursos mediáticos constantemente. Estas prácticas forman parte de nuestra experiencia. Son, al igual que la escuela, una instancia más que aporta “... a nuestra capacidad variable de comprender el mundo, elaborar y compartir sus significados” (Silverstone, 2004, p. 15).

Siguiendo a Martín Barbero (2000), entendemos que las transformaciones que se dieron en la sociedad en las últimas décadas en las que quienes eran portadores del saber indiscutibles hoy son fuertemente cuestionados. Ante esta situación, la escuela no puede mantenerse al margen y debe transformarse. El autor explica que, por esta razón:

“La escuela debe convertirse en el lugar de re-imaginación y recreación del espacio público, un lugar de diálogo entre generaciones, entre jóvenes que se animan a llevar a la escuela sus verdaderas preguntas y docentes que quieran escuchar para convertirla en espacio de memoria y de invención del futuro” (Barbero, 2000, p. 113).

Esto implica movernos en un territorio dinámico y fuertemente marcado por la existencia de las nuevas tecnologías, que por un lado constituyen un desafío para los adultos, pero además influyen de manera determinante en los cambios sociales y culturales. Por ello, es imprescindible tener a mano herramientas que nos permitan mantenernos críticos y activos ante algoritmos que nos leen cada vez mejor.

En cuanto a la didáctica en comunicación, siguiendo a Buckingham, estudiar las representaciones mediáticas es uno de los principios básicos de la educación en medios ya que “los medios no nos ofrecen una ventana transparente sobre el mundo” (Buckingham, 2005, p. 19). Esta versión que nos ofrecen los medios acerca de la realidad no es neutral. Consideramos a la educación mediática como espacio de arena de lucha de las clases, géneros, etnias y diversas relaciones de poder donde se dirimen posiciones acerca de los sujetos, la cultura, la sociedad, la política, el género y las representaciones de la realidad.

Además, en un contexto de estructura de medios concentrada y de desigualdad en el acceso a los bienes culturales, los jóvenes quedan librados al mercado como su único guía de consumo cultural (Gamarnik, 2008). Frente a esto, la decisión pedagógica de aumentar las opciones culturales de los estudiantes, es un intento potente para actuar contra la inequidad y ampliar su horizonte de igualdad” (Gamarnik, 2008, p.10). Por eso nos parece importante que la escuela decida tomar los contenidos que los medios excluyen por no ser redituables e incorporarlos a las actividades de los jóvenes.

Para ordenar la propuesta pedagógica de la guía didáctica nos basaremos en las estrategias que establece David Buckingham (2005, p. 38) para la educación mediática. Desde el concepto de “alfabetización mediática” el autor establece que la lectura y la escritura de los medios deberían estar estrechamente vinculadas. Por ello establece técnicas tanto de carácter analítico (análisis textual, análisis contextual, estudios de caso) como de carácter práctico (traducciones, simulaciones y producción). Todas ellas implican un “aprendizaje activo” que involucra saberes previos sin ser ni una “celebración” del conocimiento de los estudiantes ni tampoco reemplazar estos por los que los docentes propongan. Se trata, entonces, de un diálogo entre ambas. Esta perspectiva pedagógica nos permitirá diseñar estrategias para orientarnos, no solo al desarrollo de un análisis crítico, sino también, a la producción comunicacional basada en las buenas prácticas, la responsabilidad social y una perspectiva de género permitiendo una mejor apropiación de los contenidos propuestos.

e. Concepción de género

Aclaremos aquí las concepciones de género que sirvieron como base en la confección de actividades para jóvenes y adolescentes.

Consideramos crucial comprender la noción género como una construcción social, cultural, histórica y política diferenciada de la de sexo que, generalmente, se asocia a la biología y la genitalidad. Diana Maffia (2003, p. 5) sostiene que la definición de sexo biológico, anatómico y cromosómico es producto de una lectura ideológica que tiene como prenoción la creencia conservadora de que la célula básica de la sociedad es la familia. Según la autora, esto implica que la mujer ocupa el rol de cuidado y reproducción en el ámbito privado, en oposición al lugar de los varones como sostén económico y del dominio de lo público. Esta división sexual del trabajo es coherente con el estereotipo del ciudadano varón- blanco- propietario.

Para Bourdieu (2000) esta división es arbitraria e instituye la dominación de los varones sobre las mujeres: “El mundo social construye el cuerpo como realidad sexuada y como depositario de principios de visión y de división sexuales. (p. 11). Para el autor, la dominación se inscribe en los cuerpos y es en ese proceso de construcción simbólica donde se producen hábitos diferenciados y diferenciadores. Se trata de un proceso de masculinización del cuerpo masculino y de feminización

del femenino; donde se marcan las disposiciones de los respectivos agentes. Asimismo, en la dominación masculina el ser femenino es percibido y experimentado como un ser para otro; se construye como un cuerpo-para-otro. (p. 50). Para Butler (2002), esta reiteración de discursos y prácticas sobre sexualidad y género también produce cuerpos e identidades desde la norma heterosexual.

En cuanto a las masculinidades, también se establecen jerarquías, las hegemónicas (hombre blanco, heterosexual, propietario) son las que ocupan un espacio de mayor legitimación con respecto a las subordinadas. Según Connell: “La opresión ubica las masculinidades homosexuales en la parte más baja de una jerarquía de género entre los hombres” (Connell, 1997, p. 40). Para la autora, “género es una manera de estructurar la práctica social en general, no un tipo especial de práctica, está inevitablemente involucrado con otras estructuras sociales. Actualmente, el género intersecta e interactúa con la raza y la clase” (p. 38) .

Naturalizar esta visión binaria y jerarquizada del género produce opresiones que se manifiestan en violencias que recaen en feminidades e identidades no hegemónicas. La violencia de género tiene su expresión más cruenta en los feminicidios, travesticidios y transfemicidios⁵. Para comprender esto es imprescindible la integración interseccional del género con otros ejes de desigualdad, como clase social, edad, identidades y orientaciones sexuales diversas, diversidad funcional, raza/etnia o ciudadanía. Esta ampliación analítica proporciona la posibilidad de un enfoque multidimensional más acorde con la complejidad del problema, contribuyendo a la visibilización y análisis de las experiencias marginalizadas y excluidas de las definiciones hegemónicas sobre la violencia de género (Guzmán Ordaz y Jimenez, 20015, p. 597).

Sin embargo, esta no es la única forma de violencia que recae sobre dichas identidades. Para Bourdieu (2000) la violencia simbólica se instituye a través de una adhesión del dominado a esquemas de apreciación y percepción que son producto de las clasificaciones naturalizadas y compartidas por el dominador, se trata de un habitus inseparable de las estructuras. En nuestra guía didáctica haremos foco en la

⁵ Según publicó la Oficina de la Mujer de la Corte Suprema de Justicia de la Nación se identificaron 252 víctimas directas de femicidios en la República Argentina entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2019. Esta cifra incluye 5 travesticidios/transfemicidios. La tasa de víctimas directas de femicidios cada 100.000 mujeres en 2019 fue 1,1, igual a la de 2017 y 2018. También se identificaron 16 víctimas de femicidio vinculado. Al sumar ambas categorías, la cifra de víctimas letales de la violencia de género en Argentina durante 2019 asciende a 268.

violencia simbólica, que se difunde y reproduce en las prácticas comunicacionales y culturales teniendo en cuenta que para el autor, la visión androcéntrica se impone como neutra: “el orden social funciona como una inmensa maquinaria simbólica que tiende a ratificar la dominación masculina en la que se apoya” (p. 22).

Entendemos que estas y otras formas de violencia están relacionadas entre sí ya que la violencia simbólica puede alentar y legitimar formas materiales de violencia. Rita Segato (2003) la define como “violencia moral” y afirma que es el más eficiente mecanismo de control social y de reproducción de las desigualdades; se trata de un tipo de violencia que sostiene ideológicamente a las demás, una “argamasa” que da sentido a la estructura jerárquica de la sociedad.

Según la Relatora especial sobre Cuestiones de las Minorías de la ONU: “Aunque no todos los mensajes de odio dan lugar, en la práctica, a delitos motivados por prejuicios, estos rara vez se producen sin una estigmatización y deshumanización previas de los grupos afectados y una incitación al odio de sesgo religioso y racial” (2015).

Ahora bien, de acuerdo con Maffia (2003, p. 8), para respetar los derechos humanos universales son necesarias respuestas diversas que superen esta creencia de que “los sexos son solo dos”. En el presente trabajo se considerará la división entre:

- Sexo biológico: relacionado a los atributos físicos y anatómicos.
- Identidad de género: la vivencia de género de cada persona que puede estar o no ligada al sexo biológico.
- Expresión de género: se vincula a cómo cada persona expresa su género a través de vestimentas, actitudes, formas de interactuar.
- Orientación sexual: ligada a la atracción física, emocional, erótica y afectiva hacia otras personas.

Esta diferenciación será la base a partir de la cual abordemos toda la temática sobre género, ya que nos permite ver que los atributos, comportamientos y expectativas que se tienen sobre las identidades femeninas, masculinas y trans son construcciones sociales e históricas.

f. Género y educación

Uno de los objetivos principales de una educación en género y comunicación es posibilitar la emergencia de una mirada crítica sobre las prácticas comunicacionales y culturales que visibilice su matriz patriarcal y las representaciones sexogenéricas que allí circulan (estereotipos, estigmatizaciones, invisibilizaciones, etc.). Pensamos la educación, en términos de Butler, como práctica performativa para que emerjan nuevas formas que puedan dar lugar a la transformación (Butler 1998).

Las instituciones educativas, por su parte, tienden a reproducir el arbitrario cultural y con él los esquemas de poder y dominación vigentes. De acuerdo a Tomasini (2008, p.95) los conceptos género y sexualidad en ámbitos educativos son clave para la formación del sujeto: “el ámbito escolar no se halla aislado de las categorizaciones sociales de acuerdo al género, muy por el contrario, participa activamente en la configuración de un sentido de sí basado en el género”. De esta manera, tanto en la escuela como en otros espacios educativos se incurre en la categorización sexual en diversos actos institucionales en los que se establece una valoración diferencial de comportamientos entre géneros a través de esquemas de clasificación binarios, excluyentes y comparativos.

Por ejemplo, en el plano del currículum oculto, los varones se encuentran habilitados para practicar deportes de contacto, y roles de liderazgo mientras que las mujeres pueden quedar relegadas a espacios subordinados o deben realizar actividades en las que el cuerpo no se ponga tanto en juego, además, esta división binaria invisibiliza otras identidades. Entendemos también que hay un currículum nulo que, desde una visión biologista y reduccionista, excluye la agenda feminista, la educación popular y una mirada de la sexualidad desde el deseo.

3. Propósitos

Objetivo principal:

Elaborar una guía didáctica que ofrezca herramientas para trabajar contenidos en la currícula del bachiller con orientación en Comunicación de la Ciudad de Buenos Aires (CABA) y Gran Buenos Aires (GBA) desde una perspectiva de género.

Objetivos específicos:

- Brindar herramientas para que les estudiantes logren problematizar y desnaturalizar los discursos que circulan en las industrias culturales desde una perspectiva de género.
- Orientar a la comprensión y deconstrucción de la cultura e identidad, entendiéndolas como construcciones sociales, históricamente situadas y atravesadas por el patriarcado.
- Favorecer espacios para que les jóvenes profundicen su perspectiva de género en la vida cotidiana y fomenten vínculos más inclusivos e igualitarios.
- Generar espacios que permitan la emergencia de una comunicación inclusiva de mujeres, comunidad LGBTIQ+ y masculinidades no hegemónicas.

4. Metodología

La metodología utilizada es cualitativa. Implementamos herramientas de análisis documental e hicimos relevamientos de currículas y el marco legal vigente.

En primera instancia, realizamos un relevamiento de las currículas de escuela secundaria de CABA (que incluyó un análisis de los contenidos y descriptores de las materias y ejes) y Provincia de Buenos Aires orientadas en Comunicación. En

segundo lugar, realizamos una comparación para encontrar los puntos en común y poder sintetizarlos.

Por otro lado, analizamos los lineamientos curriculares de ESI tanto del Estado Nacional como de CABA y recuperamos sus objetivos, contenidos prioritarios y modos de aplicación.

Además, investigamos guías y manuales existentes de género y de comunicación e hicimos un análisis documental y cualitativo de los mismos⁶.

También recabamos datos del informe “Educación Sexual Integral. Encuestas a docentes y estudiantes del nivel secundario” presentado en 2018 por el Ministerio de Educación e Innovación del GCBA. Gracias a su lectura, detectamos algunas vacancias sobre temáticas que no encontramos en las currículas y guías, por ello también sumamos algunos elementos presentes en la agenda feminista actual y confeccionamos una serie de ejes para organizar la guía didáctica.

En base a esas vacancias y el análisis ya descripto tanto de la curricula de comunicación como de los lineamientos de la ESI, elaboramos una selección de temáticas que nos sirvieron de cimientos para trabajar en la guía didáctica.

5. La guía didáctica

Presentamos una guía didáctica destinada a jóvenes del nivel medio, que aborda la problemática de género en el análisis cultural y mediático. Puede ser útil tanto para emprender desde el área de comunicación como para quienes lo hagan desde la E.S.I. o jornadas dedicadas a temáticas afines.

Para ello, buscamos articular lineamientos curriculares del Bachiller con orientación en Comunicación (GBA y CABA) con lineamientos curriculares E.S.I. aporando también nuestra perspectiva de educación popular y algunos aspectos de presentes la agenda feminista.

En primer lugar, pasamos por un proceso en el que hicimos un análisis curricular estableciendo puntos de contacto entre las materias de CABA y GBA propuestas para el área de educación media de Comunicación. A su vez, hemos identificado cuáles de esas temáticas se pueden asociar a los lineamientos curriculares de ESI de Nación y CABA (que tiene lineamientos propios). Como resultado, hemos

⁶ Ver apartado “Material Consultado”

construido los siguientes ejes de trabajo que servirán de guía para la propuesta didáctica:

- 1) Cultura e identidad.
- 2) Comunicación como derecho humano.
- 3) Comunicación y nuevas tecnologías.

A continuación, explicamos cómo confluyen estos ejes temáticos con los lineamientos curriculares analizados y detallamos los temas se abordarán en cada uno.

1) Cultura e identidad.

Este eje tiene como principal objetivo desnaturalizar las representaciones sociales sobre las identidades de género, los roles de género, las familias y los vínculos en el ámbito de las prácticas culturales y mediáticas. Plantearemos que estos son aspectos mediados por la comunicación en general y, en particular, por la cultura hegemónica (blanca, heteronormativa, androcéntrica y occidental).

En cuanto a la currícula de la orientación en Comunicación de G.B.A, este primer eje puede ser abordado por los docentes del área en el marco de cualquiera de las siguientes materias: Comunicación y Culturas del Consumo (5to año), Observatorio de Cultura y Sociedad (5to año), y Comunicación y Transformaciones Socioculturales del Siglo XXI (6to año). Algunos de los descriptores de estas materias que se pueden trabajar desde este eje de nuestra guía son: estereotipos y género, publicidad, sexismo y discriminación, biopolítica: El cuerpo como objeto del poder.

En CABA, puede ser útil para trabajar en el marco de los ejes “Fenómenos comunicacionales y Producción publicitaria” y “Fenómenos culturales”. En cuanto al primero de estos ejes, de los contenidos que allí se proponen se pueden abordar aquí: la comunicación intercultural, la comprensión de otros, el consumo como identificación y expresión de pertenencia a un grupo, la moda como sistema de representación. Diversidad, desigualdad y discriminación. Y, en cuanto al eje “Fenómenos culturales” algunos descriptores que se presentan en estas materias y que trabajaremos en nuestro primer eje son: la comunicación y el consumo

mediático como fenómeno omnipresente de reproducción simbólica y legitimador de la cultura hegemónica. Modelo familiar patriarcal. Los nuevos modelos de relación: vínculos y subjetividad. La nueva familia.

Por otro lado, el eje “Cultura e identidad” de nuestra guía también podrá servir para docentes que quieran planificar espacios de E.S.I. retomando los siguientes contenidos de la currícula E.S.I de Nación, desde una mirada comunicacional: patrones hegemónicos, la exclusión y la participación en espacios y procesos sociales por parte de diversos géneros e identidades, las configuraciones familiares y los roles de género como una construcción social e histórica.

En cuanto a espacios ESI en C.A.B.A., esta parte de la guía puede ser útil para abordar el eje de “Sociedad, sexualidad, consumo y medios de comunicación” sobre todo en cuanto al ítem “Sociedad y cultura de la imagen: su impacto en la construcción de la identidad” que incluye la misma. Otros ejes para los que puede ser útil esa sección de la guía pueden ser: “Adolescencia, sexualidad y vínculos” y “Sexualidad, historia y derechos humanos” que incluyen los siguientes descriptores: patrones hegemónicos de belleza y salud, moda y discriminación y procesos de exclusión.

Luego de esta amplia selección de materias, ejes y contenidos que hemos seleccionado tanto de las currículas C.A.B.A. y G.B.A. para Bachiller en Comunicación como de las correspondientes a E.S.I. Nación y C.A.B.A. y, aportando nuestra mirada, hemos articulado y sintetizado el trabajo de la siguiente manera.

A partir de lo anterior, los **contenidos** que conformamos para este eje son:

- Identidad, cultura popular y vida cotidiana.
- Estereotipos, representaciones sociales y géneros.
- Cultura hegemónica y cultura contrahegemónica desde una perspectiva de género.
- Industria cultural, consumos culturales juveniles y sexualidad.
- Vínculos, familias hegemónicas y diversas.

Los **objetivos** del eje son que les estudiantes puedan:

- Reflexionar acerca de las representaciones socialmente aceptadas de acuerdo al género.
- Visibilizar creencias y valores sobre la sexualidad en la vida cotidiana y la conformación de vínculos.
- Identificar que vivimos en una sociedad estructurada por el binarismo de género y cuestionar los aprendizajes allí adquiridos.
- Visibilizar elementos hegemónicos y sexistas presentes en mensajes culturales y mediáticos.
- Elaborar productos culturales contrahegemónicos que sean críticos de los estereotipos de género.
- Reflexionar sobre los valores y creencias presentes en sus consumos culturales juveniles.
- Generar un espacio para conocer la configuración familiar de los integrantes del grupo desnaturalizando la concepción de familia tradicional y hegemónica.

De esta manera, construiremos un espacio para pensar a la cultura, la comunicación y el consumo mediático como fenómenos omnipresentes de reproducción simbólica y legitimadores del patriarcado como orden social dominante, donde se establecen jerarquías en las que el hombre blanco, heterosexual y occidental se posiciona en un lugar de poder por sobre las mujeres, diversidades y masculinidades no hegemónicas.

2) Comunicación y derechos.

Este eje tiene como objetivo comprender a la comunicación como un derecho humano teniendo en cuenta que éste es también habilitante del ejercicio de otros derechos, como el de ejercer la libertad de expresar la identidad autopercebida y construir los vínculos que elijamos, sin sufrir discriminación o violencias de otro tipo. Esta parte de la guía puede servir a los docentes para trabajar en el marco de las siguientes materias de G.B.A.: Observatorio de Medios (5º año), Taller de comunicación institucional y comunitaria (6º año) y Taller de producción de lenguajes

(6º año). Mientras que en CABA, el eje recomendado es Discursos sociales y medios.

A partir de revisar los contenidos propuestos para los anteriores, consideramos que el eje “Comunicación y derechos” puede ser útil para trabajar sobre los siguientes descriptores que aparecen en dichas currículas: monopolios mediáticos, economía e intereses comerciales, mapa de medios, libertad de expresión y censura, participación, democratización y pluralidad de voces, medios comunitarios, populares y alternativos, campaña comunitaria y organización cooperativa, buenas prácticas y responsabilidad periodística.

En cuanto a los contenidos de E.S.I. de Nación, encontramos útil relacionar este eje de derechos con las distintas formas de prejuicio y discriminación que pueden afectar a la participación de identidades no hegemónicas en los medios de comunicación. A su vez, nos propondremos observar la participación de mujeres y comunicadoras/es LGBTI+ en medios masivos y comunitarios. Estas temáticas están también incluidas en los lineamientos curriculares E.S.I. para CABA en los ejes “Sociedad, sexualidad, consumo y medios de comunicación” y “Sexualidad, historia y derechos humanos”.

Por otro lado, hemos decidido incorporar una mirada interseccional⁷ que buscará señalar no solo las opresiones y privilegios de género sino también cómo estas suelen estar atravesadas por otras categorías como raza, clase y etnia. Esto nos permitirá profundizar en la problemática de la estigmatización, discriminación, exclusión e invisibilización.

A partir de lo anterior, y sumando nuestra mirada, los **contenidos** que conformamos para este eje son:

- La comunicación y la cultura como derecho humano. Marco legislativo.
- La relación entre hegemonía y monopolios mediáticos en el modelo privado de medios.
- Sondeo de medios y evaluación de la participación de las minorías.
- Análisis de consumos culturales hegemónicos, particularmente en el público joven.

Los **objetivos** del eje son que les estudiantes puedan:

⁷La noción de interseccionalidad la acuñó en 1989 Kimberlé Williams Crenshaw, académica y profesora estadounidense especializada en el campo de la teoría crítica de la raza.

- Identificar niveles de representación y participación en los medios masivos.
- Analizar la importancia y la calidad de la diversidad en la grilla televisiva.
- Identificar y analizar prácticas periodísticas estereotipadas y/o discriminatorias.
- Conocer herramientas periodísticas responsables para el abordaje de situaciones de violencia hacia mujeres, niños, colectivo LGBT y personas vulneradas.
- Elaborar producciones periodísticas con perspectiva de género.

3) Comunicación y nuevas tecnologías.

Aquí problematizamos el rol de las nuevas tecnologías en dos aspectos. Por un lado, tendremos el objetivo de pensar las redes sociales como herramientas de participación política. De esta manera, analizaremos los fenómenos de #niunamenos; #8M; Actrices Argentinas y #Metoo. Por otro lado, visibilizaremos a la redes sociales como espacio reproductor de violencias hacia mujeres, jóvenes e identidades no hegemónicas y tematizamos el ciberacoso y grooming.

Proponemos que este eje puede ser útil para ser abordado en las siguientes materias del Bachiller en Comunicación de G.B.A: Observatorio de Medios (5° año), Comunicación y transformaciones socioculturales del siglo XXI (6° año), Taller de producción de lenguajes (6° año). A su vez puede ser abordado dentro y el eje Tecnología y Sociedad de la currícula del área de Comunicación propuesta para C.A.B.A.

De las materias y ejes nombrados, hemos seleccionado los siguientes descriptores que pueden ser trabajados a través del eje “Comunicación y Nuevas tecnologías” de nuestra guía: rol activo de los usuarios en la web 2.0, la brecha tecnológica, la sociedad red, participación ciudadana en redes.

Por otro lado, este eje será útil para que los docentes retomen, de los contenidos E.S.I. de Nación, en relación al debate sobre los límites entre lo público y lo privado en la era digital. Los mismos están incluidos en los ejes “Sociedad, sexualidad, consumo y medios de comunicación” y “Adolescencia sexualidad y vínculos” de los lineamientos E.S.I. de C.A.B.A.

A partir de lo anterior, los **contenidos** que conformamos para este eje son:

- Las redes sociales como herramientas de difusión y favorecimiento de la pluralidad de voces.
- La participación política y la diversidad a través de campañas realizadas a través de redes sociales.
- La tensión entre libertad de expresión y la lógica polarizante del algoritmo de las redes sociales.
- Ciberacoso, grooming, trolls.

Los **objetivos** del eje son que les estudiantes puedan:

- Conocer las herramientas de participación y lucha de las minorías.
- Elaborar acciones de difusión tales como una campaña.
- Visibilizar la violencia simbólica en el marco de las redes sociales.
- Reconocer problemáticas del medio tales como grooming, acoso, cyberbullying.

6. Conclusiones

Como docentes, uno de los principales obstáculos a los que nos enfrentamos fue la búsqueda y selección de material para trabajar en clase. Como feministas, nos desilusiona una currícula que no nos permite ver los debates que les chiques nos plantean muchas veces en el aula, cuando trabajamos sobre otras temáticas.

A diario vemos cómo fundaciones u organizaciones financiadas con fondos privados proponen modos de ver el mundo individualistas y antiderechos, a través de plataformas cuya lógica no terminamos de entender como sociedad.

En paralelo, veíamos como nuestros estudiantes se quedaban con ganas de debatir y participar cuestiones de género, mientras que como profes nos enfrentamos a ver casi a diario casos de violencia entre jóvenes o abusos por parte de personas mayores.

Al analizar los contenidos curriculares, observamos que la perspectiva de género en el área de comunicación se reduce a los estereotipos de belleza, sobre todo, en relación a la publicidad y la moda. El resto de los contenidos propuestos no están pensados desde esta perspectiva ni vinculados con los planteados en la E.S.I. A su

vez, los conceptos de identidad y diversidad se reducen a lo étnico y la multiculturalidad, sobre todo en relación a las desigualdades y la discriminación.

Nos propusimos trabajar transversalmente los contenidos ESI y la agenda feminista en las materias y ejes de comunicación para producir un material original que sirva a les docentes y facilite un abordaje comunicacional con perspectiva de género.

Por último y no por ello menos importante, pensamos en les adolescentes como nuestro principal interlocutor, ya que en muchas ocasiones son ellos quienes instalan el género como agenda. También porque nos pareció una manera creativa de mostrar cómo en estas cuestiones les docentes aprendemos junto a ellos.

7. Bibliografía

- Andrada, A. Nuevas Tecnologías de la información y la conectividad / NTICx. Dispositivos, saberes y prácticas.(2017). Buenos Aires. Editorial Maipue.
- Bourdieu, P. (2000) La dominación masculina. Barcelona: Ed. Anagrama.
- Butler, J., & Lourties, M. (1998) Actos performativos y constitución del género: un ensayo sobre fenomenología y teoría feminista. Debate Feminista, vol18. 1998.
- Butler, J.(1999), El género en disputa.El feminismo y la subversión de la identidad. Buenos Aires: Paidós.
- Buckingham, D. (2005). Capítulo 5: Estrategias en el aula. En Buckingham, D. (Paidós), (pp. 119-142) Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea. España, Paidós.
- Campaña Nacional contra las Violencias (2013). Herramientas Lúdicas para aproximarnos al problema de las violencias de género desde una perspectiva de la educación popular. Argentina. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/0B343V5u4w2plWDNWdTdrYWRVTWs/view>
- Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito. Derecho al aborto, guía para docentes. CABA. Disponible en: <https://ute.org.ar/54640-2/>
- Campaña Nacional por el Derecho al Aborto (2020). Derecho al aborto como contenido de la ESI. CABA.Disponible en: http://www.abortolegal.com.ar/wp-content/uploads/2020/12/El-derecho-al-Aborto-como-contenido-de-la-ESI_.pdf

- Chaher S. (2018) Medios de comunicación y género: ¿Hemos cumplido con la plataforma de acción de Beijing? CABA. Comunicación para la igualdad ediciones. Disponible en: <https://comunicarigualdad.com.ar/ha-cumplido-argentina-con-el-capitulo-j-de-la-plataforma-de-accion-de-beijing/>
- Chaher, S. (2014) Políticas públicas de comunicación y género en América Latina : un camino por recorrer . - 1a ed. - CABA. Comunicación para la Igualdad Ediciones Friedrich Ebert Sung. Disponible en: <https://comunicarigualdad.com.ar/politicas-publicas-de-comunicacion-y-genero-en-america-latina/>
- Chiodi, A., Fabbri L. y Sanchez A. (2019) Varones y masculinidades, herramientas pedagógicas para facilitar talleres con adolescentes y jóvenes. CABA. Instituto de Masculinidades y Cambio Social. Disponible en: <http://institutomascs.com.ar/2020/01/24/cuadernillo-varones-y-masculinidades-herramientas-pedagogicas-para-facilitar-talleres-con-adolescentes-y-jovenes/>
- Com, S. (compilador) Ackerman, S., Morel, M.(2012) .-Introducción a la Comunicación. Buenos Aires. Ediciones Aula Taller.
- Connell, R (1997) La organización social de la masculinidad. Santiago de Chile: ISIS-FLACSO. (31-48)
- Da Cunha, M. (2015). El currículum como Speculum. En Bach, A. M. (Ed.). Para una didáctica con perspectiva de género (pp. ...). Buenos Aires. Miño y Dávila Editores.
- De Alba, A. (1988). Currículo: crisis, mito y perspectivas. Cap III. en Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Educación. Buenos Aires; Argentina: Miño y Dávila Editores.
- De Charras, D. Lozano, L, y Rossi, D. (2013). Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación en Las políticas de comunicación en el siglo XXI. Buenos Aires. La Crujía Ediciones.
- Defensoría del Público, 2016. La Defensoría en la escuela, herramientas para que chicas y chicos conozcan y ejerzan sus derechos comunicacionales (Cuadernillo 3). CABA. Defensoría del Público. Disponible en: https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/10/la_defensoria_en_la_escuela_03.pdf

- Domínguez, J. y Otero, J. (Coord.). López, A., Gorritxo, A. (2018) Guía didáctica Construyendo feminidades y masculinidades alternativas, diversas e igualitarias. UNESCO, Garcinuño Comunicación Gráfica. Disponible en: http://www.unescoetxea.org/dokumentuak/guia_fem.pdf.
- Dukelsky, M. (2011). Educación en medios: dos problemas, dos obstáculos, dos tareas en (Dukelsky) Enseñar comunicación. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Estudiantes de la Escuela Secundaria N° 14 Carlos Vergara de La Plata, 2019. ¿Dónde está mi ESI? Un derecho de los y las estudiantes. Disponible en: <https://www.comisionporlamemoria.org/archivos/jovenesymemoria/manual-donde-esta-mi-esi.pdf>
- Freire, P. (1970). Pedagogía del Oprimido. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Freire, P. y Shor I. (2014). Miedo y Osadía. La Cotidianidad del Docente que se Arriesga a Practicar una Pedagogía Transformadora.
- Gamarnik, C. (2008). La didáctica de la comunicación: una disciplina en construcción. Tram(p)as de la comunicación y cultura N°64. 9-10.
- Giroux, H. (1995) El posmodernismo y el discurso de la crítica educativa en A. de Alba (compiladora) Posmodernidad y educación. CESU -UNAM-México.
- Giroux, H (2015) Democracia, Educación Superior y El Espectro del Autoritarismo. En *Revista Entramados, Educación y sociedad*, Año2, N° 2, Septiembre 2015 Pp.15-27
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2019). Lengua y Literatura : debatir sobre lenguaje inclusivo : 5 año / dirigido por María Constanza Ortiz. - 1a edición para el profesor - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Ministerio de Educación e Innovación. Disponible en: https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/fg_co_lengua_5_lenguaje_inclusivo.pdf
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2018). Ministerio de Educación e Innovación Formación Ética y Ciudadana. Tutoría. ESI. Enredados en las

redes : conflictos entre pares en el espacio virtual. - 1a edición para el profesor. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Ministerio de Educación e Innovación. Disponible en: https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/profnes_interareal_enredados_en_las_redes_docente_-_final.pdf.

- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2020). Educación Sexual Integral y Formación General del Ciclo Orientado: Se nos mueve el piso: construyendo masculinidades libres y diversas. Disponible para docentes en: https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/fg_co_esi_masculinidades.pdf.

Disponible para estudiantes en: https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/fg_co_esi_masculinidades.pdf.

- Guzmán Ordaz, R., Jiménez Rodrigo, M.L., 2015. La Interseccionalidad como Instrumento Analítico de Interpelación en la Violencia de Género. Oñati Socio-legal Series [online], 5 (2), 596-612.
- Grinberg, S. y Levy, E. (2009) Pedagogía, currículo y subjetividad: entre pasado y futuro. Bernal: Unqui.
- Latorre G. (2019). Guía didáctica sobre sexting, pornovenganza y el proyecto Íntimos. Para formación docente y nivel secundario. CABA. Fundación Luminis. Disponible en: <https://www.fundacionluminis.org.ar/biblioteca/guia-didactica-sobre-sexting-pornovenganza-y-el-proyecto-intimos>
- Loreti, D. y Lozano, L. (2012). El rol del Estado como garante del derecho humano a la comunicación. Revista Derecho Público. N°1. Ediciones Infojus.
- Litwin, E. (1997). Las configuraciones didáctica. Una nueva agenda para la enseñanza superior. Buenos Aires. Paidós.
- Maffia, D. y Cabral, M. (2003). Los sexos ¿son o se hacen? En: D. Maffia (comp.), Sexualidades migrantes: género y transgénero. Buenos Aires: Feminaria. 152-155.
- Marina, M. (coord.), Bargalló, M., Barredo, C., Paula Bilder, P., Garibaldi, M. Hurrell, S., Lavari, M., Marconi, M., Martín, P., Montes, M., Muzón, L., Nimo, M., Rebaudi, F., Zelarallán, M. (2010). EDUCACIÓN SEXUAL INTEGRAL PARA LA EDUCACIÓN SECUNDARIA II Contenidos y propuestas para el

aula. Min. de Educación de la Nación- Programa Nacional de ESI. Serie Cuadernos de ESI. Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL002082.pdf>.

- Marina, M. (coord.), Bargalló, M., Barredo, C., Paula Bilder, P., Garibaldi, M. Hurrell, S., Lavari, M., Marconi, M., Martín, P., Montes, M., Muzón, L., Nimo, M., Rebaudi, F., Zelarallán, M. (2012). EDUCACIÓN SEXUAL INTEGRAL PARA LA EDUCACIÓN SECUNDARIA II Contenidos y propuestas para el aula. Min. de Educación de la Nación- Programa Nacional de ESI. Serie Cuadernos de ESI. Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL005009.pdf>.
- Martín Barbero, J. (2000) Mapas Nocturnos. Ámbitos, Nº 2. 101-103.
- Mendoza, D. Khaled Y. Reyes R. Guía Didáctica para trabajar género y masculinidad con niños, niñas y adolescentes- creciendo juntas y juntas, igualdad de género desde la infancia. Red de Masculinidad por la Igualdad de Género. Disponible en: <https://www.educandoenigualdad.com/2016/02/22/creciendo-juntos-y-juntas-guia-didactica-para-trabajar-genero-y-masculinidad-con-ninos-ninas-y-adolescentes/>
- Ortiz, M. (2019) Educación Sexual Integral : una propuesta para revisar mandatos socioculturales. 1a edición para el profesor - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Ministerio de Educación e Innovación. Disponible en: https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/fg_co_esi_mandatos_socioculturales_0.pdf.
- Pedranti, G. Eggers-Brass, T., Gallego, M. (2012) Comunicación Cultura y Sociedad. Buenos Aires. Editorial Maipue.
- Pedranti, G. Introducción a la Comunicación (2011). Buenos Aires. Editorial Maipue.
- Plan Nacional de Prevención del Embarazo no Intencional en la adolescencia. (2015) El embarazo no intencional en la adolescencia. Contenidos de ESI, propuestas para el aula a nivel secundario. Ministerios: de Educación, Salud y Desarrollo Social y Presidencia de la Nación. Disponible en:

https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/el_embarazo_no_intencional_en_la_adolescencia.pdf

- Ramos Brun V. (2011) Técnicas Grupales para trabajar la sexualidad con adolescentes y jóvenes. Fondo de Población de las Naciones Unidas, UNFPA. Disponible en: https://www.academia.edu/24018116/XX_tecnicas_grupales_para_el_trabajo_en_sexualidad_con_adolescentes_y_jovenes
- Rodríguez. L. (2011) Ponele Onda. Herramientas para producir radio con Jóvenes. CABA. Editorial La Tribu. Disponible en: <https://poneleondaradio.wordpress.com/>
- Segato, R. 2010 “La argamasa jerárquica: violencia moral, reproducción del mundo y la eficacia simbólica del derecho” en Las estructuras elementales de la violencia- Ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos (Prometeo Libros: Ciudad Autónoma de Buenos Aires)
- Silverstone, R. (2004) ¿Por qué estudiar los medios? Buenos Aires : Amorrortu.
- Uranga W. (2013) Comunicación: En la encrucijada de la construcción ciudadana. Intersecciones en comunicación. (páginas 11 a 39)
- Vargas, L. y Bustillos de Nuñez, G. (1984). Técnicas participativas para la Educación popular” Tomo I. San José de Costa Rica.Centro de Estudios y Publicaciones ALFORJA
- Vargas, L. y Bustillos de Nuñez, G. (1988). Técnicas participativas para la Educación popular” Tomo II.San José de Costa Rica. Centro de Estudios y Publicaciones ALFORJA .
- Voloshinov, V. (1992). El marxismo y la filosofía del lenguaje. Madrid: Alianza.
- Tomassini, M. (2008) Categorización sexual y socialización escolar en el Nivel Inicial. En: Morgade, G. y Alonso G. (Paidós), Cuerpos y sexualidades en la escuela: de la normalidad a la disidencia. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

HERRAMIENTAS PARA ABORDAR LA COMUNICACIÓN Y LA EDUCACIÓN SEXUAL INTEGRAL

desde una perspectiva de género
en la educación media.



Texto: Magalí Medina y Tamara Aimé Contreras.
Ilustración y diseño: Tamara Aimé Contreras.



Este material pedagógico fue presentado en el año 2022 en el marco de la tesina de grado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social con orientación en Procesos Educativos de la Universidad de Buenos Aires habiendo sido Sandra Chaheer y Silvana Cristina Iovanna Caissón las tutoras a quienes estamos profundamente agradecidas por el acompañamiento en este recorrido.

Contactos: tamcontreras@homail.com y magalimarianamedina@gmail.com

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN: ACERCA DE ESTA GUÍA DIDÁCTICA	p.3
EJE 1: CULTURA E IDENTIDAD	p.6
Comunicación, identidad y representaciones socialmente construidas.....	p.9
• Actividad: El semáforo.	
La expresión de nuestra identidad.....	p.11
• Actividad: ¿Qué ves cuándo me ves?	
Cultura, estereotipos y hegemonía.....	p.14
• Actividad: Música, estereotipos y hegemonía.	
Identidad, cultura dominante e industrias culturales.....	p.20
• Actividad: ¿Qué vemos y escuchamos?	
La diversidad sexual en las Industrias Culturales.....	p.23
• Actividad: Espejos donde mirarnos.	
Configuraciones familiares y división sexual de las tareas.....	p.25
• Actividad: Familia, ¿hay una sola?	
EJE 2: COMUNICACIÓN Y DERECHOS	p.29
Hegemonía y monopolios mediáticos.....	p.32
• Actividad: Sondeo de medios y participación por género.	
• Recursos para profundizar.	
Comunicación y responsabilidad periodística.....	p.35
• Actividad: Comparamos las noticias.	
EJE 3: COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS	p.38
El feminismo y sus estrategias de lucha y difusión.....	p.39
• Actividad: El feminismo hecho lucha.	
Las tecnologías digitales y las luchas feministas.....	p.42
• Actividad: Las luchas de ayer y hoy.	
Algoritmos, trolls, ciberataques y libertad de expresión.....	p.45
• Actividad: La voz de las mujeres en las redes sociales.	
Redes sociales y grooming.....	p.48
Actividad: Activamos contra el grooming	
BIBLIOGRAFÍA	p.51

INTRODUCCIÓN: ACERCA DE ESTA GUÍA DIDÁCTICA

¿A QUIÉNES VA DIRIGIDA?

Esta guía didáctica está pensada para estudiantes, aunque por supuesto no excluye a docentes, talleristas u otros formadores que estén interesados o se propongan como meta trabajar en el aula u otros espacios formativos la desafiante y necesaria tarea de abordar temáticas con perspectiva de género desde el área de comunicación.

Seguimos la idea de Freire, siempre vigente, cuando afirma: “tanto los profesores como los alumnos deben ser los que aprendan, deben ser los sujetos cognitivos, a pesar de que sean diferentes” (Freire y Schor, 2014, p. 55). Por lo tanto, lo que se plantea acá es que el espacio educativo sea un lugar donde profes y chiques aprendan juntos desde la reflexión sobre las propias prácticas culturales, ya que entendemos que estas se ejercen dentro de una estructura social que no es estanca, sino que puede ser modificada.

La escribimos pensando a les estudiantes como nuestros interlocutores porque sabemos que muchas veces son quienes plantean la necesidad de tocar estos temas y les docentes (cada vez más) están interesados en aprender, en ocasiones junto a ellos. También como un aporte para alejarnos del adultocentrismo y paternalismo imperantes en muchos materiales didácticos y espacios de formación. Enunciamos las actividades para que sean vistas como una propuesta para replantearse las ideas que traemos desde casa y que son reproducidas en otros espacios educativos y culturales, ya que consideramos que hay muchos temas que aún son polémicos, incluso para les jóvenes y que no faltan actores sociales que se involucren para impedir que accedan a la Educación Sexual Integral (ESI), lo que a veces dificulta que podamos aprender sobre sexualidad sin enojarnos o encerrarnos en los propios prejuicios. Creemos firmemente que esta es una forma de que jóvenes y docentes vean los temas como una invitación y no como una imposición.

¿POR QUÉ HACEMOS ESTA GUÍA?

Partimos de la idea de que es necesario que la escuela plantee desafíos a les jóvenes para que, además de reflexionar, actúen sobre la cultura en la que están inmerses.

Estudiantes y docentes que ven la necesidad de tratar la temáticas abordadas desde la perspectiva de género y/ o sobre sexualidad en el aula y en muchos casos se encuentran con obstáculos institucionales, pero también con falta de materiales y formación. Consideramos que desde la curricula de comunicación la diversidad es muchas veces abordada desde las cuestiones étnicas, raciales, de clase y que, si bien son temas importantísimos y necesarios, dejan afuera las



Pretendemos que la guía sirva para generar espacios que permitan la emergencia de una comunicación inclusiva entre mujeres, comunidad LGBTIQ+ y masculinidades no hegemónicas para juntas pensar y hacer una sociedad más justa e igualitaria.

Ofrecemos materiales y recursos audiovisuales diversos para facilitar el abordaje desde distintos soportes.

SOBRE EL USO DEL LENGUAJE INCLUSIVO

Consideramos que las lenguas cambian junto con la sociedad que las hace propias y le dan vida. Pensar que las normas y reglas de una sociedad se actualizan mediante las prácticas, no es darle un poder absoluto al individuo sino que es una declaración de rebeldía: muchas cosas que criticamos a diario sobre las injusticias de este mundo existen gracias a nuestra inacción, que se vuelve complicidad.

Usar el lenguaje inclusivo a veces puede ser incómodo o polémico pero se trata de una decisión política en la que decimos: que nadie quede afuera, que nadie sea discriminado ni excluido, es un pequeño aporte a la sociedad justa con la que soñamos.



Tamara Aimé Contreras.

Inició su recorrido como educadora y feminista hacia el año 2012 en el Bachillerato Popular Independencia (con orientación en géneros) para luego profundizar en el trabajo social con jóvenes en el Club Premier en el marco del Programa Adolescencia de C.A.B.A. Más tarde ingresó en la escuela media formal (2014) dando clases en las orientaciones de Artes Visuales y Comunicación y formando parte del grupo de referentes E.S.I. Se recibió del profesorado de Comunicación Social en la UBA (2015) y se diplomó en Derechos Humanos, Comunicación y Género en la fundación Comunicar Igualdad (2020). También desarrolló su interés por artes visuales participando de talleres de plástica, diseño y serigrafía entre otros, por lo que hoy en día se dedica a la comunicación visual en las redes sociales del programa radial "*La Revancha*" de radio La Tribu y el portal educativo "*Gloria y Loor*".



Magalí Mariana Medina.

Su interés por las cuestiones de género surgió en 2012 cuando participó en la revista Vamos las Pibas. Después realizó un Curso de Operadores Comunitarios para prevenir la violencia de género (Facultad de periodismo UNLP), uno de Introducción a la perspectiva de género en los medios audiovisuales (Defensoría del Público), entre otros. Enriqueció su trayecto gracias a la participación barrial dando charlas de prevención contra la violencia de género en unidades básicas, Institutos de Formación Docente y Centros Culturales. Participó del suplemento de género de la revista La Garganta Poderosa. En 2021 se recibió en el profesorado de comunicación Social en la Universidad de Buenos Aires y actualmente se desempeña como docente en la escuela media.



EJE 1

CULTURA E IDENTIDAD



Si bien son muchas las decisiones que tomamos en la vida, algunas de ellas están condicionadas por los aprendizajes y el contexto que nos rodea. Llegamos al mundo en una sociedad que ya está funcionando, con normas establecidas, en la que si nacimos con vulva, seguramente nos asignaron el género femenino y si nacimos con pene, el género masculino. Incluso, antes de llegar al mundo, se nos consigna un nombre, un color y ciertos juguetes con los que debemos jugar de modo que nuestra identidad se va amoldando a roles que ya están previstos. Hay juguetes que nos permiten pensarnos como personas aventureras, creativas, ingeniosas, osadas, competitivas y en constante movimiento y otros que nos proponen ocupar roles de personas cuidadoras de otros, delicadas, preocupadas por la belleza y el vestir “bien” o románticas a la espera de un amor. Si bien hay excepciones y familias y culturas más abiertas que otras, vivimos en una sociedad que suele asignar roles diferenciados según el género. Luego, a lo largo de la vida eso se va complejizando, y lo que parecía ser un simple juego o una elección de colores va constituyéndose en lo que somos, nuestros hábitos, gustos, preferencias, trabajo y deseos.

Pero esto no es todo, también podemos hablar de la orientación sexual, definida como la atracción física, emocional o romántica por otras personas y la expresión de género, que tiene que ver con cómo expresamos nuestro género a través de cierta vestimenta, comportamiento y gustos.

Toda persona debería poder manifestar sus gustos y aspiraciones en libertad para construir su identidad como parte de una vida plena. Pero muchas veces, estos colisionan con los lugares que nos asignan, por ejemplo: un adolescente varón puede querer inscribirse en clases de danza y al hacerlo tal vez deba enfrentarse a burlas de sus pares, prohibiciones por parte de la familia y hasta situaciones de maltrato o acoso. De esta manera, los estereotipos establecen generalizaciones y simplificaciones de cómo debemos ser, invisibilizando, estigmatizando o excluyendo otras posibilidades.

Un *estereotipo* es una representación colectiva, simplificada, generalizada y cristalizada que, al repetirse frecuentemente, logra convertir algo complejo en algo simple. Suele relacionarse con algún aspecto peyorativo o estigmatizante que se le asigna a un grupo.

Pero, ¿Cómo surgen? ¿Cómo se difunden e instalan en nuestra sociedad? La cultura y la comunicación son espacios desde los cuales socializamos e incorporamos ideas, valores y tradiciones.

A lo largo de estos encuentros nos propondremos reflexionar sobre estas construcciones y lo que hacemos con ellas. Nos preguntaremos por nuestras propias prácticas y consumos. ¿Qué valores y creencias hay detrás de aquello que vemos, escuchamos y leemos? ¿Colaboramos nosotres también en reproducir los roles de género establecidos? ¿Podemos aportar algo para una sociedad más diversa e igualitaria?

A continuación, les proponemos algunas actividades en las que transitamos la reflexión necesaria acerca de nuestra cultura, representaciones, identidades y consumos culturales posibles para poder ser parte de un cambio cultural que está en nuestras manos.

COMUNICACIÓN, IDENTIDAD Y REPRESENTACIONES SOCIALMENTE CONSTRUIDAS

Desde la comunicación, concebimos la construcción de la identidad a partir de las representaciones y estereotipos que circulan en los medios masivos tradicionales.

Según Cora Gamarnik (2009, p.3) “las representaciones colectivas, necesariamente superficiales, que se relacionan a cada categoría, tienen un impacto considerable sobre la identidad social”.

Para analizarlas, es necesario entenderlas desde la dimensión de las prácticas culturales, los sentidos, valores e ideas que circulan en nuestra vida cotidiana.

Muchas veces, nos enfrentamos con situaciones y nos parece que eso nos pasa solo a nosotres. Pero, ¿es realmente así? Durante la juventud y el paso por la escuela secundaria, muchas cosas cambian en nuestra forma de ver el mundo y vincularnos con otros y, por momentos, esto puede ser algo turbulento. Expresar estas ideas y sentimientos nos puede servir para saber que no estamos solos y reflexionar sobre las mismas.

Muchas de estas vivencias son parte de nuestra cultura heredada. Es importante poder identificar que el mundo que nos rodea está atravesado por mandatos - cosas que “debemos” o “tenemos” que hacer- y, si bien estos pueden marcar nuestro camino, también podemos decidir tomar otros rumbos aportando a construir vínculos más igualitarios y diversos.

Comenzaremos con una actividad que nos ayudará a desandar lo que hemos vivido, conociéndonos y reflexionando sobre nuestras configuraciones familiares.

ACTIVIDAD: EL SEMÁFORO

- OBJETIVOS:**
- Conocer la configuración familiar de los integrantes del grupo.
 - Visibilizar creencias y valores sobre la sexualidad en la vida cotidiana y la conformación de vínculos.

MATERIALES: Espacio amplio, cartulinas con los colores del semáforo, hoja y lapicera.



DESARROLLO:

Quien coordine la actividad o algún/e voluntarie del grupo leerá una serie de frases y cada integrante deberá dirigirse hacia el espacio que represente la respuesta que crea correcta. Se requiere de un lugar más amplio que un aula, puede ser un patio o un SUM. Debemos contar con cartulinas ubicadas en espacios diferenciados con los colores del semáforo en donde:

- Verde significa “sí”,
- Rojo significa “no”
- Amarillo significa “no sabe/ no contesta”

SE SUGIEREN LAS SIGUIENTES FRASES:

- Tengo hermanes.
- Jugué con muñecas alguna vez.
- Vivo con mi mamá y mi papá.
- Alguna vez tiré un penal.
- Usé Internet para conocer a alguien.
- Encaré a una persona que me gustaba.
- En casa a veces lavo los platos.
- Cuido a mi/s hermane/s.
- En algún momento me gustaría tener hijos.
- Sé todo sobre anticoncepción.
- Alguna vez recibí algún tipo de acoso o violencia sexual.
- Quisiera estar más tiempo fuera de casa.
- Cuando termine el colegio quisiera enfocarme en una carrera.
- Alguna vez soñé con ser docente.
- Me da vergüenza hablar de mi sexualidad.
- Me gusta ir a bailar.
- Estoy enamorado.
- No dudo sobre mi orientación sexual.
- Mi cuerpo es como el de las revistas.
- En casa todes cocinan por igual.

PUESTA EN COMÚN :

Formarán una ronda para debatir mediante las siguientes preguntas orientadoras:

- ¿Se sintieron cómodos con las frases que compartimos? ¿Alguna les pareció difícil de responder?
- ¿Se sorprendieron al ver las respuestas de sus compañeros? ¿Alguien fue minoría? ¿Quiere contar qué sintió? ¿Qué pensó el resto al verle?
- ¿En algunas respuestas había mayoría de mujeres o varones? ¿Por qué creen que es así?
- ¿Se quedaron con ganas de decir o de debatir alguna de las frases?
- ¿Agregarían alguna frase que no aparezca, pero con la cual se identifiquen?



ATENCIÓN:

- Debe prestarse atención al desarrollo de la actividad, si hubo risas, discusiones u otros emergentes sobre los cuales debatir al momento de la reflexión.
- Es importante escuchar las voces de todos los compañeros en un marco de respeto a las opiniones, pero sobre todo a los sentimientos e identidades de los otros.

CIERRE:

- Proponemos que formen grupos de 4 o 5 participantes y cada grupo realice un collage o dibujo cuyo título sea una de las frases que compartimos o alguna que aporte a la reflexión sobre los temas debatidos.
- Por último, nos tomaremos unos minutos para que cada grupo muestre su trabajo y explique cómo lo hizo.
- Los trabajos terminados pueden quedar expuestos en el aula o en otro espacio dispuesto o acordado con la escuela.

LA EXPRESIÓN DE NUESTRA IDENTIDAD

Además de nuestra configuración familiar y la forma en que fuimos educados, la forma de nombrarnos, vernos, vestirnos y actuar son también elementos que componen nuestra identidad. Estos nos presentan ante la sociedad, y son decisiones que nos permiten expresarnos.

Las fotos a continuación representan a dos movimientos culturales que marcaron una ruptura con las formas de verse, vestir y comportarse, transformando la propia imagen en una forma de expresar ideas. Si observan las fotos, verán que las personas se visten con una estética particular pero no se encuentran tan fuertemente diferenciadas entre varones y mujeres. En ocasiones han recibido el rechazo de la sociedad y han sido perseguidas, censuradas, criticadas, hostigadas o discriminadas. Ambos movimientos han sabido desdibujar los límites entre los géneros y las formas en las que debían verse varones y mujeres de la época.



El hippismo fue un movimiento contracultural pacifista que tuvo su apogeo en los años '60 en Estados Unidos, aunque influyó en muchos otros países occidentales. La generación hippie fue una de las primeras que usó la vestimenta como forma de rebeldía. En ocasiones, las fuerzas de seguridad les detenían o golpeaban ya que su forma de vestirse era relacionada con la subversión, el pacifismo y la resistencia a la guerra.



A continuación, les invitamos a participar en una serie de actividades en las que buscaremos comprender mejor la expresión identitaria, con especial foco en relación a las temáticas de género.



OBJETIVOS:

- Reflexionar acerca de las representaciones socialmente aceptadas de acuerdo al género.
- Identificar elementos que componen a una sociedad estructurada por el binarismo de género.

DESARROLLO:

A continuación, les proponemos dibujar, de manera individual, dos personas imaginarias de distinto género. Cada una debe tener una pequeña descripción escrita e indicar, mediante flechas, lo siguiente: ¿Qué sienten? ¿Qué piensan? ¿Qué les gusta? ¿Qué actividades hacen? ¿Qué tipo de personas les gustan?

ATENCIÓN:



PUESTA EN COMÚN:

Género	características más repetidas	menos repetidas o poco frecuentes	características ausentes

ATENCIÓN:



Se recomienda realizarlo en el pizarrón, un afiche o espacio visible a todo el grupo para favorecer la participación.

CIERRE:

En grupo o en subgrupos, reflexionen acerca de lo trabajado. Pueden utilizar las siguientes preguntas para orientar el debate.

- ¿Hay elementos que aparecen en un género y no en otro? ¿Por qué?
- ¿Qué características se repiten en las mujeres? ¿Y en el caso de los varones? ¿Y en otros géneros (si los hay)?
- ¿Creen que podría haber algún varón o mujer sin ninguna de esas características? ¿Por qué?
- ¿Piensan que alguno de estos dibujos puede representar a una persona de otro género o identidad no binaria? ¿Por qué?

¿Apareció algún género no binario (que no sea varón/mujer cis)? Si no apareció, ¿Por qué crees que es así?

Escriban una frase que sintetice lo visto (sentido y vivido) y compártanla a través de mensajes de WhatsApp, Twitter, Instagram, carteles para la escuela, etc..



CULTURA, ESTEREOTIPOS Y HEGEMONÍA

Desde el comienzo de este trayecto reflexionamos acerca de nuestras prácticas cotidianas, consumos culturales y experiencias personales, y conocimos identidades públicas con las que podemos identificarnos. Todo ello como parte de lo que va construyendo nuestra forma de ser, relacionarnos con otros y vivir el mundo. Sin embargo, no todas nuestras identidades aparecen en medios o en espacios públicos. No todas las identidades son tratadas de la misma forma por los distintos grupos sociales. ¿Cómo nos ven los otros? ¿Cómo les vemos a ellos? ¿Somos todos considerados iguales realmente?

Las **representaciones sociales** son una forma de pensamiento que nos ayuda a comprender el mundo y comunicar ideas, son sociales porque son compartidas. Estos mecanismos implican una reducción y un recorte de la realidad que deja afuera otras posibilidades de interpretación. Por ejemplo: una representación social de género ampliamente aceptada -o hegemónica- es la asociación del color celeste para comunicar que algo es “de varón” o masculino. En ese sentido, estas representaciones que se establecen como “naturales” o “dadas” en nuestra sociedad se van consolidando como estereotipos, en este caso, de género.

El concepto de **hegemonía** fue creado por el filósofo, historiador y periodista Antonio Gramsci (1891-1937) quien la definió como el ejercicio de poder donde una clase (la dominante) impone sus ideas y visión de mundo a otras clases (las subordinadas). Este dominio se ejerce a través de instituciones religiosas, escuelas, fábricas o mensajes de los medios de comunicación. Debido a que la dominación es sostenida y reproducida en el terreno de las prácticas, es posible generar ciertas resistencias a esa hegemonía. A estas prácticas Gramsci las denominó contrahegemónicas.

Podemos preguntarnos: ¿Existe la hegemonía de género? ¿Cómo se ejerce? Como vimos anteriormente, los **estereotipos** son representaciones que simplifican y generalizan a ciertos grupos, encerrándolos en costumbres y comportamientos que no tienen por qué pertenecer a todo el conjunto de personas que se busca representar. Por ejemplo: podemos tratar de mostrar a las personas que viven en el campo y construir un personaje que use poncho y tome mates todo el día, pero ese personaje sin duda no va a representar a todas las personas que viven en el campo.

Lo perjudicial de los estereotipos es que, al generalizar, limita las posibilidades que tenemos para percibir la realidad y en muchos casos termina reafirmando ciertas desigualdades. Pensemos en la idea de que las mujeres son demasiado sensibles y emocionales, y que por eso ellas van a tener muchas menos posibilidades de acceder a espacios de liderazgo.



¿ES ESO ASÍ? ¿CÓMO SURGE ESA IDEA DE QUE LO SON?
¿LA SENSIBILIDAD DE UNA PERSONA ESTÁ ASOCIADA A SU SEXO?
¿QUÉ PIENSAN AL RESPECTO?



Para comenzar con este proceso de deconstrucción, les compartimos el siguiente video del programa Queremos Saber transmitido por el Canal Encuentro: <https://www.youtube.com/watch?v=52eopEC-lmc>



Luego de mirarlo, respondan entre todos: ¿Qué quiere decir cuando se afirma que los estereotipos se traducen en prácticas concretas en la vida cotidiana? ¿Se les ocurre un ejemplo de esta afirmación?

Además de analizar y comprender el concepto de estereotipo, nos gustaría continuar este recorrido proponiéndoles que analicen algo que nos atraviesa culturalmente a todos: la música, esta es una expresión cultural que nos puede llegar a mostrar pensamientos o sentimientos compartidos que no siempre nos detenemos a analizar.

ACTIVIDAD: MÚSICA, ESTEREOTIPOS Y HEGEMONÍA

- OBJETIVOS:**
- Visibilizar estereotipos de género presentes en algunos temas musicales.
 - Elaborar un producto cultural contrahegemónico que sea crítico de los estereotipos de género.

MATERIALES: proyector/reproductor de audio.

DESARROLLO:

Primero les proponemos retomar las definiciones de “estereotipo”, “masculinidad hegemónica” y “hegemonía” que vimos anteriormente. Lo haremos entre todes en el pizarrón y quien coordine anotará los conceptos más importantes en torno a ellos.

A continuación, leeremos fragmentos de canciones y las analizaremos por escrito con base en las siguientes preguntas:

- ¿Cómo son definidas las mujeres? ¿Qué características y acciones se les asignan? ¿Ya los varones?
- ¿Se transmite una idea estereotipada de acuerdo al género? ¿Por qué?
- ¿Cuáles son las ideas dominantes que subyacen en estas canciones?
- ¿Qué elementos o ideas deberían aparecer para construir un mensaje opuesto o contrahegemónico?
- ¿Les gustaría cambiar o reformular las canciones? ¿En qué aspectos?

A continuación dejamos el video disponible en YouTube "RECOPIACIÓN DE CANCIONES MACHISTAS" de Colectivas Deseantes y la transcripción de las mismas (podemos trabajar con los ejemplos que siguen o algunos que proponga el grupo): <https://www.youtube.com/watch?v=4P1VktEk0vc>



ANDRÉS CALAMARO "TU PARTE DE ADELANTE"

Soy propietario de tu lado más caliente
soy dirigente de tu parte más urgente
soy artesano de tu lado más humano
y el comandante de tu parte de adelante.

LUIS MIGUEL “LA MEDIA VUELTA”

Te vas porque yo quiero que te vayas
a la hora que yo quiera te detengo
yo se que mi cariño te hace te hace falta
porque quieras o no, yo soy tu dueño.

CACHO CASTAÑA “SI TE AGARRO CON OTRO TE MATO”

Si te agarro con otro te mato,
te doy una paliza
y después me escapo.

LA BARRA “CASI LA MATO”

Por eso, señor juez,
si salgo en libertad,
le juro que esta vez la mataré,
le juro que esta vez la mataré.

CIERRE:

Dependiendo del tiempo y recursos disponibles les hacemos dos propuestas diferentes para que elijan:

1. Les invitamos a cambiar la letra de una canción estereotipada y convertirla en una con perspectiva de género. No hace falta que la canten si no se animan (aunque podría ser divertido) sino que escriban la letra para poder compartirla luego con el resto de la clase.

2. Si se animan y están las posibilidades pueden hacer una parodia de video clip en donde se de cuenta de la visión sexista que suele aparecer en algunos géneros musicales. Para esto les dejamos un ejemplo:
https://www.youtube.com/watch?v=fuxZ4_iqPyQ



PUESTA EN COMÚN:

Cada grupo expondrá su trabajo, mostrando al resto de sus compañeros el resultado final y la reflexión que buscó con dicho trabajo.

Algunas preguntas que ayudarán a formular la presentación:

- ¿Qué les transmite?
- ¿Cómo construyeron ese mensaje? ¿Con qué elementos?
- ¿Sintieron que lo lograron? ¿Por qué?

IDENTIDAD, CULTURA DOMINANTE E INDUSTRIAS CULTURALES

Como venimos viendo, la identidad se construye en un contexto particular y social al mismo tiempo: la familia, la escuela, las amistades, el trabajo, el sector social al que pertenecemos. También a través de una cultura compartida en la cual muchos productos a veces esconden formas de ver el mundo que se disfrazan de sentido común. Pero estos no funcionan en el vacío sino que están enmarcados en un sistema que tiene su propia lógica y reglas.

El *sentido común* expresa los valores y creencias que el conjunto de la sociedad parece sentir, creer, soñar. Este funciona en el ámbito de la cotidianidad.

Para reflexionar sobre esto, en relación a los medios de comunicación tradicionales, tenemos que hablar de las “Industrias Culturales”. Este término acuñado por la Escuela de Frankfurt (surgida en 1923), refiere a los productos culturales (tv, cine, radio, best sellers, etc.) que son producidos de manera masiva. Esta masividad trae consigo una repetición en sus contenidos para lograr una maximización de las ganancias, es decir, si una fórmula vende, la Industria Cultural seguirá repitiéndola hasta que deje de ser rentable. De esta manera, suele suceder que deja de importar el valor del contenido a difundir en detrimento de su rentabilidad. Podemos pensar múltiples ejemplos, uno de ellos es el de las telenovelas, las cuales funcionan un formato que se repite a lo largo de los años. Es así como los medios hegemónicos de comunicación repiten ideas que muchas veces se instalan en estereotipos y prejuicios.



LOS MEDIOS TRANSMITEN SUS PROPIAS IDEAS Y PUNTOS DE VISTA A LA HORA DE RELATAR HECHOS REALES O FICCIONALES. ¿HASTA DÓNDE ELEGIMOS NUESTROS CONSUMOS Y HASTA DÓNDE LOS CONSUMIMOS PORQUE ES LO QUE TENEMOS ACCESIBLE? ¿NOS REPRESENTAN ESTOS MEDIOS? ¿QUÉ PODER TENEMOS QUIENES LOS CONSUMIMOS? ¿PODEMOS CONTRARRESTARLOS?

Aunque los medios masivos tradicionales (televisión, radio, gráfica) continúan teniendo mucha influencia en la formación de la opinión pública, las redes sociales están cada vez más en ascenso sobre todo en la juventud. “Seguimos” a personas individuales o páginas que por una u otra razón nos interesan.



PERO CUANDO, COMO USUARIOS, NOS PRESENTAMOS EN REDES, ¿SOMOS NOSOTROS?, ¿HACEMOS UNA SELECCIÓN SOBRE AQUELLO QUE QUEREMOS MOSTRAR Y LO QUE NO?

Muchas veces usamos filtros, editamos, recortamos y decidimos qué aspectos de nuestra vida publicar y cuáles no. Si bien las personas en las redes se nos presentan como más cercanas y auténticas, esto también puede generar una distorsión en la representación de la vida cotidiana.



Analizar lo que consumimos cada día no es tarea fácil y requiere que pongamos en duda nuestras creencias más arraigadas, pero no es imposible. A continuación, nos convertiremos en investigadores de los consumos propios y de nuestros compañeros de la escuela.

ACTIVIDAD: ¿QUÉ VEMOS Y ESCUCHAMOS?

OBJETIVOS:

- Explorar los consumos culturales de la comunidad estudiantil.
- Identificar en estos consumos los estereotipos y representaciones sociales en relación a la sexualidad.
- Reflexionar sobre las creencias presentes en estos consumos culturales.

MATERIALES: Hojas, lapicera y pizarrón. Celular o PC. Google Forms u otra app de recolección de datos.

DESARROLLO:

En grupos de 4 o 5 integrantes les invitamos a elaborar una encuesta sobre los consumos culturales y mediáticos de sus compañeros de escuela. Cada grupo deberá realizar entre 20 y 40 encuestas y todo el curso deberá diseñar e implementar la misma encuesta con el fin de poder procesar la información una vez que se hayan recolectado los datos.

Sugerimos dos opciones de llevarlas a cabo:

- Compartir por whatsapp u otras redes sociales una encuesta digital como Google Forms u otra aplicación de recolección de datos.
- De manera presencial, pasar por las aulas de otros cursos o aprovechar el espacio de recreo o de hora libre para encuestar a sus compañeros.

Los grupos encuestarán sobre:

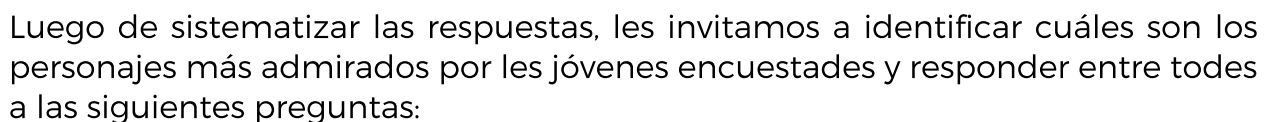
- Libros.
- Programas de radio o TV.
- Series.
- Canciones/grupos musicales.
- Influencers/personas que admirás.
- Publicidades.

En cada uno de los ítems que le den a sus encuestados, deberán indagar: **¿Cuáles consumen?** (géneros musicales, bandas, series, influencers, etc).

El objetivo es identificar qué es lo más consumido por los jóvenes pertenecientes a su escuela y establecer un análisis de las construcciones que se dan de acuerdo al género en esos consumos.



- Una vez terminada la etapa en la que realizaron encuestas, les proponemos que cada grupo sistematice las respuestas que tuvo y realice un cuadro o gráfico para mostrar a sus compañeros los resultados de la misma. Agregamos un ejemplo:



- ¿Cuáles son los 2 o 3 personajes, músicos, etc. más admirados/ nombrados por los encuestados?
- ¿A qué género pertenecen?
- ¿Cómo son sus características físicas?
- ¿Qué hacen?
- ¿Qué sienten?
- ¿Qué dicen?
- ¿Cómo se visten?
- ¿Qué intereses tienen?
- ¿Cómo se relacionan con personas de su mismo género?
- ¿Cómo se relacionan con personas de otro/s género/s?
- ¿Toman decisiones? Si es así ¿Qué tipo de decisiones toman?
- ¿Son libres de hacer lo que quieren? ¿Por qué?

CIERRE:

Para cerrar la actividad les proponemos que, en base a los resultados de las encuestas y su posterior procesamiento, realicen un informe sobre los consumos culturales juveniles en el que detallen las siguientes cuestiones:

- Valores que se transmiten,
- Representaciones de género,
- Aparición de estereotipos,
- Otras consideraciones que crean necesarias.

Por último, les invitamos a compartir los resultados con la comunidad educativa mediante diversos soportes: a través de afiches, la radio o revista escolar u otro medio que consideren pertinente.

LA DIVERSIDAD SEXUAL EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES



Para seguir reflexionando acerca de la representación en los consumos culturales, les invitamos a leer el siguiente fragmento del libro “Las malas” de Camila Sosa Villada (2019).



“Yo tenía trece años apenas, todavía no comprendía lo que pasaba dentro de mí, no podía ponerle palabras a nada de eso. Y entonces apareció Cris Miró en la televisión. En los programas más importante de esos años, la primera que reconocieron los medios de comunicación. Cris se sentó en los sillones más caros de la pantalla, con las conductoras más rubias, más bobas, más conservadoras del momento. Y era la más bella.

Tenía el pelo largo hasta la cintura, negro y encrespado, como un manto arrugado que le enmarcaba el rostro más hermoso jamás visto, un rostro con una soberanía, una paz, una amabilidad inconcebible en el horror de la televisión, que descubría por fin que las travestis existíamos. Yo asistí a su aparición siendo un niño todavía y pensé: **Yo también quiero ser así.** Eso quería para mí. El desconcierto del travestismo. La desorientación de esa práctica. Fue tal la revelación que, contra viento y marea, yo también me dejé crecer el pelo, y me elegí un nombre de mujer y estuve atenta, a partir de entonces, al llamado de mi destino.”

ACTIVIDAD: ESPEJOS DONDE MIRARNOS

OBJETIVOS:

- Reflexionar acerca de la importancia de la representación de la diversidad sexual en la industria cultural.

MATERIALES: Anotador, lapicera, fotocopias, dispositivos con acceso a internet.

DESARROLLO:

En base a la lectura del fragmento “Las Malas” les invitamos a investigar y responder:

1. ¿Quién es Camila Sosa Villada?
2. ¿Quién fue Cris Miró?
3. De acuerdo al texto, ¿Por qué consideran que fue importante la aparición de Cris en la TV cuando Camila era “todavía un niño”?
4. ¿Por qué creen que la autora habla del “desconcierto del travestismo”?
5. ¿Recordás quiénes eran tus ídolos de la infancia? ¿Por qué los admirabas?
6. Actualmente, ¿Quiénes son tus referentes? ¿Por qué crees que te identificás con ellos?

CIERRE:

Les proponemos elaborar una puesta en común en la que se compartan las respuestas de cada uno. Sugerimos que, adicionalmente, expresen con un collage o dibujo (puede ser colectivo o individual) sus conclusiones sobre el tema que acabamos de ver.



CONFIGURACIONES FAMILIARES Y DIVISIÓN SEXUAL DE LAS TAREAS

Desde la Edad Moderna, la división de roles en el trabajo también estuvo atravesada por la división sexual del trabajo, es decir, que la tarea que hombres y mujeres cumplían no podía ser la misma debido a su sexo. Por ejemplo, los varones se ocupan de salir de la casa para trabajar y proveer a sus familias y las mujeres realizan trabajos domésticos y de cuidado. Esto estructuró un orden social en el que los varones tenían el deber y la potestad de dominar el ámbito público y las mujeres quedaban relegadas al privado. Históricamente se construyó lo que llamamos “roles de género”, que cristalizan y estereotipan a las personas de acuerdo al sexo asignado e impiden que los sujetos cuenten con libertad de elegir qué quieren hacer con sus vidas, sus profesiones, sus maneras de relacionarse, etc. La mujer queda así reducida a ser un complemento, una “costilla” del varón, a la vez que se le niega al varón otros modos de ser.



El dibujante Quino acerca de las dinámicas familiares.

En Argentina las mujeres no pudieron votar hasta 1951: eran consideradas “ciudadanas incapaces” de administrar sus bienes y sus derechos estaban por debajo de los de sus maridos, padres e incluso hermanos. Desde principios del siglo XX, el movimiento feminista luchó por la igualdad de derechos laborales, la disponibilidad plena de sus bienes y por la patria potestad, lo cual se logró en 1926, sin embargo, reivindicaciones como la de “violencia de género” todavía estaban ausentes en el debate. Hasta 1987, en Argentina, las parejas heterosexuales casadas no podían divorciarse de manera legal y la norma se sancionó para darle un marco legal a una situación que ya existía.

Si bien desde la primera etapa de la industrialización moderna existieron mujeres que trabajaban a cambio de un salario, es a partir de los años '70 del siglo pasado que se incorporaron masivamente al mercado de trabajo. A pesar de este cambio, nunca dejó de recaer en ellas la casi exclusividad de las tareas domésticas y de cuidado, décadas después, vemos como los varones no dedican tanto tiempo a estas tareas no remuneradas.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) realizó durante 2013 la Encuesta sobre Trabajo No Remunerado y Uso del Tiempo¹. Este relevamiento buscaba cuantificar cuánto tiempo en promedio utilizaban las personas para las tareas que no son económicamente registradas ni remuneradas. Uno de los resultados más relevantes que arrojó la investigación fue que las mujeres dedicaban 6,4 horas de su día a esas actividades mientras que los varones lo hacían durante 3,4 horas (INDEC, 2013, p. 7).

En 2020 se realizó otra encuesta con el objetivo de profundizar el análisis sobre el uso del tiempo con perspectiva de género, si bien los resultados se encuentran aún en proceso de análisis y sistematización, de manera preliminar se observa que: “Los varones presentan una mayor tasa de participación e intensidad en actividades de mercado, mientras que las mujeres tienen mayores niveles en las actividades domésticas y de cuidado” (INDEC, 2020, p. 33).

Como ya vimos en encuentros anteriores, hay una influencia de la cultura mediática en las formas de ser, vestirse y actuar que son socialmente aceptadas y deseadas. También la hay en los tipos de familias y los roles que cada miembro cumple en ellas. Las familias que aparecen en las pantallas que vemos desde niños de alguna u otra forma moldean la manera en que percibimos como una familia “normal” debe actuar, así como cada uno de sus roles y funciones de sus miembros, pero es importante reconocer que existen otras formas posibles y válidas de vincularse, para ello, deberíamos poder construir nuevas formas de pensar la familia de una manera más diversa y plural.

La existencia de familias configuradas de manera diversa no es nueva, pero en muchos casos permanecía oculta debido a que se trata de vínculos que, de alguna u otra manera, escapan a la norma. Nos proponemos aquí reflexionar sobre las representaciones que existen comúnmente alrededor de la idea de familia así como las ideas que nosotros reproducimos sobre la temática.

ACTIVIDAD: FAMILIA, ¿HAY UNA SOLA?

OBJETIVOS:

- Revisar la concepción de familia tradicional.
- Conocer distintos tipos de familias y vínculos.

MATERIALES:

Hojas, vestuario para representar una “familia”, espacio amplio.

DESARROLLO:

Les proponemos que piensen y preparen una escena de vida cotidiana familiar que represente una mañana de desayuno en familia, cuya duración mínima sea de al menos 15 minutos. Para realizar esta actividad deberemos contar con al menos 4 voluntarios del grupo.

Deberán hacer aportes para que se entienda quiénes son los personajes y qué roles cumplen, podrán hacerlo mediante gestos, palabras, vestimenta, etc.

El resto del grupo participará a modo de observadores/as “imparciales” tomando nota de todo lo que sucede para el debate posterior.



¹ La misma se encontraba incorporada como módulo dentro de la Encuesta Anual de Hogares Urbanos (EAHU) cuyos resultados se encuentran disponibles en https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/tnr_07_14.pdf

Al finalizar la improvisación, el resto del grupo podrá responder a las siguientes preguntas:

¿Qué vieron? ¿Quiénes creen que conforman esta familia? ¿Piensan que las personas en esta familia ocupan un rol? ¿Qué roles ocupaba cada uno? ¿Cómo son? ¿Hay roles más importantes que otros? ¿Por qué?

Luego, brindamos un espacio para que quienes actuaron puedan expresar cómo se sintieron y qué quisieron mostrar.

A continuación compartiremos el siguiente material:

- [Mi familia: Familia monoparental transexual con hijos adoptados - Canal Encuentro HD](#)



- [Educación sexual integral: diversidad de familias](#) de Canal Encuentro



Luego de haber visto los dos videos, les invitamos a debatir en grupos y elaboramos las siguientes respuestas:

- ¿Qué tipo de familias se ven en la ficción y la publicidad que conocés? Pensemos ejemplos. ¿Cómo están constituidas? ¿Qué roles ocupan sus miembros?
- ¿Por qué se habla de un “modelo tradicional de familia”?
- ¿Por qué les parece que se habla de cambio y no de crisis de las familias tradicionales? ¿Qué connotación tiene cada una de esas palabras?
- ¿Por qué creen que un canal educativo y público aborda estos temas?

CIERRE:

Puesta en común: luego de lo debatido, les proponemos compartir las respuestas que escribió cada grupo y, a continuación, redactar un texto con una definición de familia en la que se reflejen los siguientes interrogantes:

- ¿Qué es para vos una familia?
- ¿Qué es necesario para formarla? ¿Por qué?
- ¿Considerás que formas parte de una familia? ¿Cómo se conforman tu familia y vínculos cercanos? ¿Qué personas forman parte? ¿Qué roles ocupan?
- ¿Te imaginás a vos mismo conformando tu propia familia? ¿Cómo estaría constituida?



EJE 2

COMUNICACIÓN Y DERECHOS



@tamara.aime

Si viviéramos en una cultura tolerante y libre de discriminación, todas las formas de sentir, vivir la sexualidad, relacionarnos y ser con otros serían posibles de ser habladas, contadas y expresadas libremente ya que ejerceríamos el pleno derecho a la libertad de expresión y a la comunicación humana.

¿Alguna vez te contaron que la comunicación es un derecho humano? El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 indica que "todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar, recibir informaciones y opiniones, el de difundirlas, sin limitación de fronteras por cualquier medio de expresión.

Derecho a la comunicación incluye: el derecho a opinar, expresarse y publicar ideas sin censura previa, también el poder recibir información veraz y plural. Además, tenemos el derecho al libre acceso y la participación en los medios de comunicación por parte de la población general y no solamente de las grandes empresas privadas o los estados.

En nuestro país la primer ley que contempló estas ideas proponiendo un marco regulatorio con el fin de beneficiar la pluralidad de voces fue la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (en adelante, LSCA), más conocida como "Ley de Medios". Habiendo sido la ley anterior de la época de la dictadura militar la reformulación de este marco normativo en 2009 se vio atravesada por un largo e intenso debate público que incluyó amplios sectores de la sociedad como movimientos y organizaciones sociales, intelectuales del campo de la comunicación, sindicatos, etc. Dicha ley, en su artículo 2, establece que: "La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones"



Esto significa que la comunicación, al ser un derecho, no debe ser entendida como una mercancía y que las prácticas comunicacionales deben poder reflejar una sociedad plural y democrática.

Pese a ser un reclamo que tenía décadas, y que en la redacción de la LSCA hubo una participación variada y federal, se instaló desde los medios y el debate público una idea que redujo las discusiones a la disputa “Gobierno vs. Multimedios”, lo que empobreció y deslegitimó cualquier diálogo profundo.

Aún podemos ver esta tensión en los debates actuales dónde se ponen en juego los intereses políticos y económicos de actores sociales, partidos políticos y grupos económicos. Muchos aspectos centrales de la ley que apuntaban a repartir licencias de medios, alentar a la pluralidad de voces y desalentar la concentración mediática no sólo no se han podido cumplir si no que, con el cambio de Gobierno Nacional en 2015, se avanzó en la desregularización eliminando artículos importantes por decreto y permitiendo la profundización de la concentración mediática.

Legislación sobre el derecho a la comunicación **¿Dónde aparecen nuestros derechos?**

- DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS (1948). Art 19
- CONVENCIÓN AMERICANA DE DERECHOS HUMANOS (1969) Art 13
- CONVENCIÓN SOBRE LOS DERECHOS DEL NIÑO (1989) Art. 12 y 13
- LEY DE PROTECCIÓN INTEGRAL DE LOS DERECHOS DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES Art. 24
- LEY 26.522 DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (2009) Art 2 y 3



HEGEMONÍA Y MONOPOLIOS MEDIÁTICOS

Retomando lo anterior, seguimos reflexionando, ¿En qué medida se cumple el derecho a la comunicación? ¿Qué implica el ejercicio del mismo? Hasta acá sabemos que existe una cultura hegemónica que favorece la representación de los varones blancos, heterosexuales de clase media/alta y occidentales por sobre otros géneros, diversidades, clases sociales y culturas, pero, ¿Cómo se construyen y sostienen estas ideas? La hegemonía está basada en una relación en la que hay dominantes y dominados. Los primeros son quienes tienen el privilegio de mostrar su cultura como parte del “sentido común”, los segundos, en muchos casos, no pueden acceder a la producción de medios de comunicación y cuando lo hacen quedan silenciados al no tener el alcance suficiente.

Si bien existen diversos modelos de comunicación que se fueron conformando desde los inicios de la radiodifusión, como los modelos estatal y comunitario, nos referimos en este punto al privado. Las compañías que brindan servicios de radiodifusión e internet se rigen bajo las mismas reglas que cualquier otra empresa dentro del sistema capitalista: buscan elevar al máximo sus ganancias. Como consecuencia, son priorizados aquellos contenidos que más rating, “me gusta” o “vistas” que obtengan, sin importar la calidad del mensaje a transmitir. Otra problemática de esta mirada es que, sin una adecuada regulación, las empresas se venden y fusionan conformando monopolios u oligopolios cada vez más concentrados perjudicando la pluralidad de voces. Así, vemos y escuchamos a los mismos periodistas hablando de las mismas noticias en diversos multimedios en los que, muchas veces, se invisibiliza a colectivos identitarios ya que no aparecen personas LGBT o mujeres y si lo hacen es para reforzar el estereotipo. Un ejemplo muy claro es la reciente aparición de periodistas deportivas mujeres, con casi nula participación televisiva y radial hasta hace unos años. Esta cuestión repercute en el abordaje de las noticias ya que hay una predominante visión masculina sobre los hechos de actualidad.

Un **monopolio** es una situación en la que una empresa tiene el privilegio de ser la única que produce determinado bien, lo cual le brinda cierto poder dentro del mercado, ya que los consumidores no tienen alternativas.

La existencia de monopolios u oligopolios provoca que la lógica predominante a la hora de producir bienes culturales esté basada, como ya vimos en encuentros anteriores, en la lógica de las industrias culturales mediante la cual se recurre a fórmulas exitosas que funcionan de “molde” para producción de bienes culturales. El problema es que la comunicación y la cultura son vistas como un negocio y no como un derecho en el que todos debemos poder acceder y participar de manera plural y diversa.

Entender a la cultura y la comunicación como un derecho implica que como sociedad nos comprometemos a convertirla en un agente de cambio para superar miradas estereotipadas y estigmatizantes.

ACTIVIDAD: SONDEO DE MEDIOS Y PARTICIPACIÓN POR GÉNERO

OBJETIVOS:

- Identificar y comparar la aparición de diversos agentes en la oferta mediática.
- Analizar en base al registro realizado la participación de los agentes según su género en la grilla televisiva.

MATERIALES:

Anotador, lapicera, dispositivos con conexión a internet y/o acceso a señal televisiva.

DESARROLLO:

Les proponemos que conformen grupos de 4 personas. Cada grupo realizará un sondeo, en diferentes canales, durante al menos 7 días de corrido y completará la siguiente grilla en la que se detalle con qué género se identifican las personas que participan en diferentes programas y qué roles cumplen.

Grupo A: Programas informativos.

Grupo B : Programas deportivos.

Gripo C: Programas de espectáculo/chimentos.

Grupo D: Programas de entretenimiento/juegos.

Relevamiento:

Canal	Nombre del programa	Persona que conduce	Persona que co-conduce	Persona invitada o entrevistada	Especialista o columnista	Notere	Observaciones

*Si alguno de estos roles no aparece en el programa, simplemente marquen con una cruz el casillero.

Luego, les proponemos que presten atención a los siguientes aspectos y escriban conclusiones grupales al finalizar la observación:

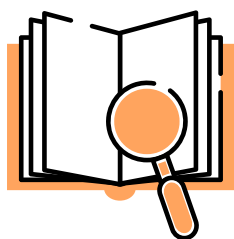
- ¿Quiénes aparecen los roles más importantes/protagónicos? ¿Con qué género se identifican? ¿A qué clase social creen que pueden pertenecer? ¿A qué etnia pertenecen? (ej. caucasicos, pueblos originarios, afrodescendientes, etc)?
- ¿En qué tipo de segmentos aparecen los distintos tipos de personas? ¿Quiénes aparecen en las áreas más relevantes?
- ¿Cuántos minutos se le otorga a la palabra de cada persona?
- ¿Interrumpen a la persona que habla o la dejan terminar?

CIERRE:

Al finalizar , les invitamos a escribir una conclusión grupal final que dé cuenta de las observaciones y el análisis de las mismas. Algunas preguntas guía pueden ser:

- ¿Cuáles son las representaciones hegemónicas que identificaron (en tanto género, etnia, características físicas, clase social etc.)?
- ¿Encontraron alguna representación no hegemónica? De ser así, ¿Qué rol ocupaba?
- ¿Hubo diferencia entre los canales? ¿Cuáles?
- ¿Qué relación pueden establecer entre estas conclusiones y lo dicho sobre los monopolios mediáticos? ¿Creen que faltan voces? ¿Cuáles?
- Si pudiesen realizar algunos cambios sobre estos aspectos. ¿Qué propuestas harían?

Por último, les proponemos hacer una puesta en común en la que cada grupo lea sus conclusiones. ¿Qué pueden decir sobre las representaciones entre los diferentes géneros?



RECURSOS PARA PROFUNDIZAR: Les recomendamos ver este video de la TV pública en que se muestra a Diana Zurco quien, después de convertirse en la primera mujer trans egresada del Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica (ISER) se incorporó, en marzo del 2020, a la edición central del noticiero:
<https://www.youtube.com/watch?v=r-3A2h2vYcQ>



Esto fue posible gracias a la lucha de este colectivo que sigue reclamando representatividad, trabajo y resarcimiento social y económico por los daños que la sociedad ha causado al colectivo trans. A continuación se adjuntan el Decreto 721/2020 de Cupo Laboral Trans para el sector público del 2020 y la Ley 27636 de Promoción del acceso al empleo formal para personas travestis, transexuales y transgenero “Diana Sacayán - Lohana Berkins”.

- <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/234520/20200904>
- <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/246655/20210708>



COMUNICACIÓN Y RESPONSABILIDAD PERIODÍSTICA

Los medios de comunicación social contribuyen en el modo de ver el mundo al representarlo y darle un sentido. Ante un hecho, estos presentan interpretaciones del mismo que pueden estar influenciadas por intereses corporativos y prejuicios de diverso tipo, lo cual provoca representaciones basadas en miradas sesgadas. Esto se produce porque la comunicación no es transparente, no es una reproducción de la realidad sino una construcción de la misma, hecha desde un punto de vista determinado. Es muy difícil (por no decir imposible) relatar un hecho o noticia desde la completa objetividad, intencionalmente o no lo hacemos desde nuestra concepción del mundo.

Es por esto que las buenas prácticas y la responsabilidad periodística toman especial importancia, pero: ¿A qué nos referimos?

Lo primero que debemos tener en cuenta a la hora de comunicar una noticia con responsabilidad es la relevancia de la misma, debemos preguntarnos: ¿Se trata de un tema socialmente relevante? Ser conscientes de lo que decimos frente a un micrófono o una cámara, ya que va a tener mayor poder de difusión. También hay que pensar en el enfoque que le damos a la información cuando la presentamos, ¿Aporta a una mayor comprensión del fenómeno? ¿Aparece contextualizado y comparado con otros casos similares o, por el contrario, se muestra como un caso aislado? ¿Contribuimos a la solución de la problemática? ¿Se apela a la reflexión o a las emociones de los espectadores oyentes?

A veces, como comunicadores, nos toca la labor de informar sobre casos de violencia hacia grupos vulnerados como mujeres, travestis, trans, niños, personas con discapacidad, etc. La responsabilidad periodística se vuelve clave para no repetir patrones estereotipados y cuidar la dignidad de quienes ya son víctimas de las situaciones que queremos informar.

Hace unos años era común ver casos de feminicidio que eran calificados como “crímenes pasionales”, hoy podemos encontrar otras formas de comunicar que se basen más en un enfoque de derechos que en la revictimización de las personas afectadas.

Perspectiva de género:

Implica ver el mundo a través de un enfoque, una mirada atenta a las desigualdades de género.





- ## ACTIVIDAD: COMPARAMOS LAS NOTICIAS

OBJETIVOS:

- Analizar el tratamiento de las noticias a fin de reflexionar sobre la responsabilidad que recae sobre la labor periodística en relación a la reproducción de estereotipos y prejuicios.

MATERIALES:

Diarios, dispositivos con acceso a internet, anotadores, lapiceras.

DESARROLLO:

En grupos, les invitamos a llevar a cabo la siguiente consigna:

- Identificar una noticia actual relacionada a cuestiones de género.
- Elegir dos noticias de diferentes medios en la que se trate el tema, deben abordar el hecho desde dos posturas diferentes y contener al menos una foto o imagen. Para cada noticia responder las siguientes preguntas *sin valoración*:
 1. Identificar las 5W (¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Por qué?)
 2. ¿Cómo se describe el hecho? Transcriban, literalmente, las palabras y frases más importantes que se utilizan. Presten especial atención a los adjetivos.
 3. Describan la foto que acompaña la noticia. ¿Qué muestra? ¿Qué dice sobre el hecho?
- Una vez hecha esta descripción contesten: ¿Qué valoraciones aparecen en las notas? ¿Qué ideas se transmiten del hecho? ¿De qué manera? ¿Qué personas aparecen en el relato y cómo son representadas?
- Por último, les proponemos redactar una conclusión sobre el tratamiento responsable de estas noticias.

CIERRE:

A continuación, les proponemos formar grupos de 4 o 5 participantes, elegir una de las siguientes notas y reescribirla teniendo en cuenta lo analizado y leído sobre la responsabilidad periodística . También pueden elegir otra que les interese o esté en la agenda del momento.

- https://www.clarin.com/policiales/fanatica-boliches-abandono-secundaria_0_S1ek3YcD7g.html
- <https://www.ambito.com/espectaculos/wanda-nara/la-china-suarez-estuve-tu-marido-pero-no-pudo-n5313498>
- https://www.clarin.com/fama/durisima-respuesta-wanda-nara-descargo-china-suarez-insulto-fotos-mauro-icardi_0_H_MPqnYZc.html

Una fanática de los boliches, que abandonó la secundaria

Melina es la mayor de cuatro hermanos. Su papa es policía, tiene poco contacto con ella.



La China Suárez, a Wanda Nara: "Estuve con tu marido, pero no pudo"

ESPECTÁCULOS 18 Noviembre 2021

La propia Wanda Nara llamó por teléfono a la China Suárez y le confirmó que hubo un encuentro con el futbolista del PSG en París.



¡Sin filtros! Durísima respuesta de Wanda Nara al descargo de la China Suárez: insulto y fotos con Mauro Icardi

La propia Wanda Nara llamó por teléfono a la China Suárez y le confirmó que hubo un encuentro con el futbolista del PSG en París.

- Insultos: Mauro le arrojó la palabra "infidelidad eterna" a Wanda Nara, pero le puso un filtro de amor
- El insulto: El futbolista le arrojó la palabra "infidelidad eterna" a Wanda Nara, pero le puso un filtro de amor



Una vez finalizada la reescritura, les invitamos a compartir las notas con sus compañeros: un integrante del grupo leerá en voz alta la nota reescrita y comentará por qué la eligió.

EJE 3

COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS



EL FEMINISMO Y SUS ESTRATEGIAS DE LUCHA Y DIFUSIÓN.

Hasta acá hemos recorrido nuestra propia identidad en relación a los pares, la familia, la escuela y los medios de comunicación. En relación a estos últimos hemos hablado del derecho a la comunicación, la responsabilidad de quienes comunican y la importancia de la pluralidad de voces para favorecer la diversidad y una mayor representatividad que evite la estigmatización, discriminación e invisibilización de mujeres e identidades LGBT. Pero, ¿Qué sucede en las redes cuando somos nosotres mismas quienes publicamos nuestras ideas? ¿Somos conscientes de la capacidad de réplica que pueden tener algunos mensajes que emitimos? Esta posibilidad de masificar un mensaje que tienen les usuaries de redes puede ser una ventaja en ciertos aspectos, pero también abre la posibilidad a una serie de problemáticas relacionadas al respeto a la intimidad, la libertad de opinión y otras.

A partir del #NiUnaMenos (2015) en adelante ha surgido, especialmente en nuestro país, un nuevo impulso del feminismo asociado a las nuevas generaciones y con mucho alcance e impulso en las redes sociales.

Ahora bien, el feminismo no es un fenómeno nuevo ni estático, sino que se trata de un movimiento que tuvo diversas transformaciones desde su surgimiento que podemos ubicar hacia fines del siglo XVIII. Amelia Valcárcel en su libro “Memoria colectiva y los relatos del feminismo” (2001) establece una periodización sobre el mismo que lo divide en “olas”. La primer ola, denominada “Feminismo Ilustrado” surgió como contrapartida del contractualismo de Rousseau, es allí, durante la Ilustración, cuando se fortalece la idea del hombre como ciudadano y poseedor de derechos y se valora la cosa pública por sobre la libertad individual. Sin embargo, mujeres de la época como Mary Wollstonecraft advierten que este “democratismo” naciente las deja por fuera. Es en 1792 cuando Wollstonecraft escribió “Vindicación de los derechos de la mujer”, texto que es considerado fundacional del feminismo. Allí expone cómo aquel “democratismo” excluía a la mujer como sujeto de derecho reforzando la separación de roles y relegándolas a la esfera privada, es decir al hogar y al cuidado de la familia siendo la esfera pública espacio exclusivo de los varones.

Luego, durante la segunda ola, que se conoce como la ola de “las sufragistas” y se dio entre mediados del siglo XIX y mediados del XX, la lucha giró, sobre todo, en torno al derecho al voto y la educación. Ya en esta etapa las mujeres habían ingresado masivamente al mundo del trabajo en fábricas y administración pública lo que fortaleció los reclamos. En esta época surgen formas de difusión y protesta colectivas y organizadas que van desde manifestaciones pacíficas, panfletos hasta huelgas de hambre y el autoencadenamiento.



La tercer ola, nombrada por la autora como “Feminismo setentaiochista”, es posterior a haber adquirido el derecho al voto y la educación. En este momento, los feminismos identifican prácticas que reproducen la jerarquía masculina en lo cotidiano y en las instituciones más allá de las leyes y derechos adquiridos. Se exigen reformas legislativas en el ámbito de lo personal, relacionadas sobre todo a los derechos sexuales y reproductivos. Una de las consignas de la época que da cuenta del espíritu de esta ola fue “lo personal es político”.



Argentina, año 1984 durante una marcha por los derechos de la mujer del 8 de marzo.

Desde los comienzos hasta la actualidad, el movimiento feminista se valió de diversas estrategias de difusión, como la publicación de folletos, diarios, la movilización en el espacio público y hoy también, las redes sociales. En nuestro país el periódico “La Voz de la Mujer”, cuya primera publicación se produjo en 1896, fue pionera para la época a nivel internacional.



ACTIVIDAD: EL FEMINISMO HECHO LUCHA

OBJETIVOS:

- Sondear huellas y experiencias de la lucha feminista entre los participantes y en la comunidad barrial.
- Reflexionar acerca del rol de las organizaciones sociales feministas en la sociedad.

MATERIALES:

Diarios, dispositivos con acceso a internet, anotadores, lapiceras.

DESARROLLO:

Les proponemos que, en grupos de 4 o 5 participantes, realicen un relevamiento de luchas feministas recientes.

- Cuéntenos sus experiencias personales ¿Participaron alguna vez de alguna movilización, campaña o hecho relevante sobre el tema? ¿Conocen personalmente a alguien que participe en espacios feministas?
- ¿Recuerdan algún hecho relevante, como un feminicidio o movilización feminista que haya sucedido en su escuela o su barrio? ¿Recuerdan haber visto graffitis cerca de su casa? ¿Qué anunciaban?
- Busquen campañas feministas de los últimos años. Registren fechas, consignas, referentes, organizaciones.

CIERRE:

Les invitamos a realizar una puesta en común con el resto de los grupos y compartir lo recabado. ¿Qué luchas aparecieron? ¿Cuáles fueron sus reclamos? ¿Hay personas en el grupo que hayan vivido alguna experiencia de lucha feminista? Quienes quieran pueden compartir su vivencia con el resto del grupo. ¿Por qué lo hicieron? ¿Qué sintieron?



LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES Y LAS LUCHAS FEMINISTAS

Son varias las cyberacciones, eventos y movilizaciones que se han llevado a cabo por el movimiento feminista y LGBT a lo largo del mundo. Si bien muchas de ellas parecen ser acciones espontáneas, tienen mucho trabajo de organizaciones que han sabido ver en el mundo digital una herramienta para la organización local, regional e internacional.

En nuestro país el Paro Internacional de Mujeres (P.I.M.), conocido también como #8M fue un hito en este sentido, así que vamos a hacer un pequeño recorrido sobre el rol de las tecnologías digitales. A nivel internacional, el 28 de junio se conmemora el Día internacional del Orgullo LGBT en memoria de la Revuelta de Stonewall de 1969, cada año las redes se hacen eco de hashtags y etiquetas en las que les usuaries proclaman el orgullo como respuesta política a la vergüenza y estigmatización a la que fueron sometidos.

Claudia Laudano, en su libro “Movidas por el deseo. Genealogías, recorridos y luchas en torno al #8M” (2018) cuenta como, lejos de haber sido un paro y movilización espontáneo, llevó un proceso de organización muy intenso que incluyó la coordinación de 57 países dentro de los cuales Latino América y Argentina en particular ocuparon un lugar destacado. El 8 de marzo -Día internacional de la Mujer- es una fecha de movilización que tiene mucha historia a nivel mundial. En nuestro país, desde la vuelta a la democracia ha ido adquiriendo más importancia y en el 2018 el evento logró una masividad global nunca antes vista.



Gráfico: 8M 2017. PIM. Adhesión de países

En su texto, Laudano cuenta que, si bien el movimiento feminista ya tiene larga historia en el internacionalismo, la organización del #8M requirió 4 meses de coordinación en los que se llevaron organizaciones a nivel internacional, regional y nacional.

A nivel internacional, una de las principales herramientas digitales utilizadas fue un evento de Facebook que funcionó de manera bilingüe en un comienzo y luego incorporó también otros idiomas. Este evento de alcance internacional fue administrado, sobre todo, por mujeres argentinas y polacas. A su vez, se creó un wordpress que incluyó un documento consensuado entre los países participantes, el mismo alentaba a la solidaridad entre las mujeres del mundo, planteando que la crisis del sistema capitalista no recaiga sobre las mujeres y exigía a los gobiernos “respuestas a la actual violencia social, legal, sexual, política, moral, verbal experimentada por las mujeres en diversas latitudes”. También en noviembre 2016 se creó una cuenta de Twitter del PIM que se llamó @womensstrike fue entonces cuando se viralizó el tuit: “LAS MUJERES DEL MUNDO ANUNCIAMOS QUE NOS ESTAMOS ORGANIZANDO”. Como esta plataforma no permitía ser bilingüe en cada tuit, se fueron multiplicando las cuentas a nivel regional, nacional y hasta por provincias para facilitar ciberacciones como “tuitazos” que se fueron coordinando con movilizaciones en cada localidad.

En el 2017, las latinoamericanas crearon una nueva cuenta para la región que pronto tomó trascendencia en ámbitos mediáticos y políticos como nunca antes. Algunas de las campañas que se lanzaron fueron #MujeresenHuelga y #YoParo8M y algunos de los tuits que más se leyeron en esas campañas fueron “#YoParo8M por aquellas que aún tienen miedo. Para que sepamos que somos muchas y estamos juntas”, “No+Trata”, “Porque vivas y libres nos queremos” y “Porque las mujeres tenemos derecho a vivir una vida libre de discriminación y violencia machista” entre muchos otros que posibilitaron que el P.I.M. sea primera tendencia en twitter a nivel mundial durante nueve horas.

Como dijimos anteriormente, Argentina tuvo mucho protagonismo y creó un evento de Facebook propio para facilitar la organizaciones y coordinación. En el país se gestaron más de 60 instancias organizativas como asambleas, reuniones y articulaciones entre organizaciones a nivel local que fueron gestando sus propias difusiones y generaron nuevos reclamos y consignas que se visibilizaron en twitter como “Nosotras movemos el mundo, ahora lo paramos”, “Si nuestras vidas no valen, produzcan sin nosotras” y “Ni una menos, vivas nos queremos”.



Por distintas redes sociales se fueron difundiendo acciones como “ruidazos”, el uso del color violeta y, sobre todo, la convocatoria a interrumpir actividades de trabajo formal, pero también el trabajo doméstico y de cuidados visibilizando la importancia del trabajo de la mujer en esa área. Finalmente, se convocó a una movilización el #8M que alcanzó 250.000 participantes en el centro porteño y 200.000 en el resto del país.



ACTIVIDAD: LAS LUCHAS DE AYER Y HOY

OBJETIVOS:

- Analizar los elementos de las luchas políticas en su contexto histórico, político y cultural;
- Elaborar acciones de difusión acerca de cuestiones de género mediante el uso de redes.

MATERIALES:

Proyector, equipo de sonido, dispositivos con acceso a internet, anotador, lapicera.

DESARROLLO:

Les invitamos a mirar juntas una película sobre luchas feministas, sugerimos algunas: Persépolis (2000), En el tiempo de las mariposas (2001), Las sufragistas (2015), Offside (2006),

Luego de ver el film, les proponemos investigar y responder entre todas:

- ¿En qué época se desarrollaron los acontecimientos?
- ¿Cómo eran consideradas las mujeres? Descríbanlas según ellas mismas y según la sociedad de la época.
- ¿Cuál era la lucha que se llevaba a cabo? ¿Qué acciones y estrategias utilizaban para la misma?
- ¿Qué reclamaban?
- ¿Quiénes se oponían? ¿Qué argumentos utilizaban?
- Identificar qué medios de comunicación existían en ese momento. ¿Qué discursos difundían en torno a la lucha de las mujeres?

CIERRE:

A continuación, les proponemos formar grupos de 4 o 5 integrantes e imaginar que trasladamos la lucha que se retrata en esas películas a la actualidad. Para ello, les invitamos a pensar en una campaña de difusión en la que aparezcan los reclamos que sostienen estas mujeres que luchan. En la confección de esta campaña, deberemos tener en cuenta cómo ellas se perciben o describen a sí mismas en contrapunto a cómo lo hacen sus detractores/as.

La campaña consistirá en diseñar una estrategia de redes que puede incluir:

- Diseño de uno o varios flyers.
- Uso de #hashtags con mensajes claros y breves para ser compartidos.
- Convocatorias a movimientos internacionales que persigan los mismos objetivos.
- Otras producciones que se les ocurran como videos cortos, vivos de Instagram o Twitch, etc.



ALGORITMOS, TROLLS, CIBERATAQUES Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN.

Como veníamos contando, las redes pueden ser una herramienta para difundir y amplificar las luchas, pero también nos enfrentan con nuevos problemas, muchos de los cuales son hoy objeto de debates que aún no están resueltos.

Las redes tienden a expulsar comentarios equilibrados, largos o reflexivos porque generan pocas interacciones y eso “no le gusta” al algoritmo.

Algoritmo: En redes sociales son una serie de normas programadas que van a determinar en qué medida se circula un posteo, historia o tweet y a quienes se va a dirigir.

El problema con este modo de funcionar es que, tal como explica Luciano Galup en su libro “Big Data y Política” (2019), se genera una subrepresentación de las mayorías, es decir, que aquellas voces polarizadas aunque son menos son las que más circulan y provocan la idea de que esa es la voz de la sociedad y no de un pequeño grupo que logra una participación muy intensa en las redes sociales.

Se pueden nombrar muchos ejemplos de minorías que han sido sobrerrepresentadas en las redes, algunos de ellos pueden ser los antivacunas o los terraplanistas, pero, para seguir trabajando en línea de las luchas feministas en las redes, vamos a hablar de la campaña del #NiUnaMenos y el #abortolegalya y un el sector de la sociedad que se posicionó fuertemente en contra de cualquier ley que presente algún avance para la interrupción legal del embarazo (I.V.E) y que, si bien, en las redes fue una minoría, tuvo importante resonancia en la redes sociales.

En el 2018, la marcha del #NiUnaMenos se entremezcló con la campaña por la ley de la I.V.E. que estaba en pleno debate y se pudieron ver ahí multitudes repletas de glitter, maquillaje, ropas y pañuelos verdes. El movimiento de mujeres se centró en fortalecer esa lucha, exigir la ley y visibilizar que las muertes por abortos clandestinos son también producto de la violencia del sistema patriarcal contra las mujeres y cuerpos gestantes.

Cuerpo gestante: es todo cuerpo que tiene la capacidad de gestar por el hecho de tener un aparato reproductor femenino sin importar el género al que pertenezca.

Fue entonces cuando sectores antiabortistas lanzaron un hashtag que logró trascendencia #AbortoNoEsNiUnaMenos. El hashtag posicionó el debate en las redes pero lo que puede parecer un debate democrático entre sectores con diferentes opiniones muchas veces puede estar siendo impulsado por los trolls y bots.

Troll: es una cuenta, anónima o no, que publica mensajes agresivos, violentos o despectivos con el objetivo de molestar a las comunidades digitales, desviar la conversación o bloquear. (L. Galup. 2018 p:156).

Bot: proveniente del término “robot” es una cuenta que esta total o parcialmente automatizada en sus interacciones. Pueden generar cientos de tweets, retweets o favoritos en pocos minutos. (L. Galup. 2018 p:156).

ACTIVIDAD: LA VOZ DE LAS MUJERES EN LAS REDES SOCIALES

OBJETIVOS:

- Visibilizar la violencia simbólica de género que aparece en los mensajes de usuarios de redes sociales.
- Analizar el fenómeno desde el punto de vista de las reglas que establecen las redes.

MATERIALES:

Proyector, equipo de sonido o dispositivos con acceso a internet.,

DESARROLLO:

Les proponemos ver los siguientes videos que dan cuenta de ejemplos en los que dos mujeres, una proveniente de la política y otra del espectáculo, son atacadas por trolls y bots pero también por usuarios reales, en este caso funcionarios políticos, al presentar sus opiniones ante la sociedad.

- Caso Flor Peña y Iglesias TW: Escándalo por los tuits de Iglesias y Wolff a raíz de las visitas de Florencia Peña a Olivos y Florencia Peña vs. Fernando Iglesias: así le cerró la boca
- Ofelia Fernandez y Libertarios. “Esto no es twitter” Un legislador de Milei le debió pedir disculpas a Ofelia Fernández en su primera sesión



Luego de ver los videos les invitamos a un debate grupal, pueden acomodarse en una ronda para favorecer la circulación de la voz. Si el grupo es muy numeroso, se puede ir pasando una pelota entre cada persona que hable para dar la voz y organizar el diálogo. Quien coordine deberá ir anotando las ideas principales. Algunos de los ejes pueden ser:

- ¿Piensan que los estados deberían establecer sanciones o algún tipo de censura previa a los discursos cargados de violencia? ¿Es posible esto sin limitar la libertad de expresión? ¿Por qué?
- ¿Creen que las redes sociales deberían modificar sus plataformas en algún sentido o regular los discursos que circulan? ¿Es posible esto sin dañar la libertad de expresión? ¿Por qué?
- ¿Creen que todos tenemos la misma responsabilidad al hablar en redes sociales? ¿Por qué? Les proponemos pensar acá en usuarios que son figuras públicas (de la política, el espectáculo, el periodismo, la religión, etc) y quienes no.

CIERRE:

Al finalizar el debate, se leerán las ideas principales y se evaluará si es posible lograr algunos consensos que puedan quedar por escrito.



REDES SOCIALES Y GROOMING

Para finalizar el eje sobre el uso de redes sociales nos parece importante aclarar que tener una mirada crítica sobre el uso de las mismas no necesariamente implica estar absolutamente en contra de las mismas. Pretendemos alejarnos de las posturas “apocalípticas” que las colocan como el centro de todos los males. “Apocalípticos e integrados” es un término acuñado por el escritor, semiólogo y filósofo italiano Umberto Eco en el que retrató la polarización que se da a la hora de analizar los medios de comunicación. Según el autor, los apocalípticos creen que la cultura masiva es la culpable de todos los males, que viene a destruir la cultura como la conocemos. Los integrados, en cambio, sólo ven resultados benéficos a la existencia de los medios. .

Las redes están inmersas en una sociedad y a la hora de ser utilizadas, muchas veces reproducen sus lógicas y estructuras. Es por ello que mediante redes las personas pueden luchar por sus derechos, comunicarse con familiares que están lejos, crear nuevos vínculos y hasta enamorarse, pero también hay quienes cometen delitos, en general hacia personas vulneradas. El grooming es uno de ellos.

Grooming es el término que define una situación en la que una persona adulta entra en contacto con una menor con la intención de acosarle sexualmente.

ACTIVIDAD: ACTIVAMOS CONTRA EL GROOMING

OBJETIVOS:

- Analizar y comprender la problemática del grooming;
- Aprender acerca del uso seguro de redes sociales;
- Crear una campaña de redes en la que promovamos el uso seguro de redes sociales para niños y adolescentes.

MATERIALES: Dispositivos con acceso a internet.

DESARROLLO:

Les proponemos, en grupos de 4 o 5 personas, investigar:

- ¿Qué es el grooming? elaborar una definición en la que usemos nuestras palabras. Pensemos ejemplos
- ¿Existe alguna ley que lo tipifique como delito? Si la hay, ¿Cuál es y en qué consiste?
- ¿Quiénes son las víctimas de grooming?

A continuación, les invitamos a usar las redes sociales para elaborar una campaña de prevención contra el grooming. Para hacerlo, deberán tener en cuenta que el público al que se dirige es a les estudiantes de su escuela y otros jóvenes y que, la utilidad de dicha campaña es tanto concientizar cómo acercar información y formas de contactar ayuda para las personas que estén viviendo un caso similar o conozcan a alguien en esa situación.

Sugerimos las siguientes acciones en cuatro plataformas distintas:

- Un evento en facebook que convoque a alguna acción de cuerpo presente, puede ser una concentración, una sentada, una acción artística, una obra de teatro, una exposición, etc.
- Un instagram en que se muestre, mediante posteos e historias, estrategias para que niños y jóvenes puedan cuidarse del grooming.
- Un Wordpress en el que visibilicen la problemática desde el punto de vista de los niños y adolescentes. Pueden compartirse noticias nacionales e internacionales sobre casos de grooming.
- Una cuenta de Twitter en la que generen dos hashtags para una campaña. Deberán también elaborar al menos 5 twits en el que utilicen los hashtags y den cuenta de la necesidad de generar conciencia contra el grooming.

A modo de referencia, les compartimos el siguiente material:

Para elaborar una campaña es bueno organizarse, por eso les proponemos seguir una serie de pasos:

1. Definir un público objetivo: en este caso, como ya dijimos, se trata de los jóvenes en general pero nos vamos a enfocar en los niños y adolescentes de nuestra escuela;
2. Definir y cuantificar objetivos: pensar en un objetivo y ligarlo a un número deseable, por ejemplo: "lograr 100 likes", "conseguir 50 comentarios", etc.
3. Diseñar el contenido del mensaje: pensar ¿qué vamos a decir? y ¿cómo?. Hacer un borrador de lo que vamos a poner en cada red. Dedicarnos a elegir los colores, los espacios, las palabras que mejor se adapten al mensaje que queremos dar.
4. Planificar un plan de acción: organizar lo que vamos a publicar ¿En qué días y horarios lo publicaremos? ¿Con qué frecuencia?
5. Evaluar los resultados. Luego de que publicamos y logramos finalizar nuestro plan de acción, debemos evaluar cómo resultó la campaña si logró sus objetivos y cómo la mejoraríamos para la próxima vez. Este paso lo vamos a dejar para más adelante, en el cierre de nuestra actividad.



Recursos y ejemplos para crear campañas contra el grooming:

- <https://www.miamiadschool.com.ar/blog/como-crear-campanas-de-bien-publico-exitosas/>
- Si bien es una guía para familias para prevenir el grooming, pueden obtener información valiosa:
<https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/guia-grooming.pdf>
- Esta guía de sensibilización sobre convivencia digital aborda varios temas, en la página 37 se dedica al grooming:
<https://drive.google.com/drive/folders/1uksluY-yfepnbVDywZBPtGsNe7tdnPST>
- Esta charla TED en la que un técnico en informática nos relata sobre algunos casos y nos da ideas para prevenirlo : [Grooming, el acoso ¿virtual?](#) | Sebastián Bortnik | TEDxRíodelaPlata

CIERRE:

Les proponemos que, una vez finalizada la confección de la campaña y antes de ser publicada, la compartan con sus compañeros y elaboren una corrección grupal, con la ayuda de quien coordine.

Luego, les invitamos a que publiquen esa campaña en las redes sociales de acuerdo a lo que planificaron en su plan de acción.

Una vez terminada la campaña, les proponemos elaborar el último paso, esto es, evaluarla:

- ¿Cumplió los objetivos? ¿Por qué?
- ¿Logró difundir la problemática? ¿Por qué?
- ¿Qué aspectos cambiarías o mejorarías sobre la misma?



BIBLIOGRAFÍA

-

- Horkheimer, M. & Adorno, Th. (1969 [1944 y 1947]). *Dialéctica del Iluminismo*. H.A. Murena (Trad.). Buenos Aires: Editorial Suramericana.
- Instituto Nacional De Estadísticas y Censos (2014). Encuesta sobre el trabajo no remunerado y uso del tiempo, resultados por jurisdicción. Recuperado de: https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/tnr_07_14.pdf
- Instituto Nacional De Estadísticas y Censos (2020). Hacia la Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo y Trabajo No Remunerado Documento de trabajo (INDEC N° 30). Recuperado de: https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/sociedad/documento_trabajo_enut.pdf
- La Brújula (Productor). (2013). Estereotipos varones y mujeres. Canal Encuentro. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=52eopEC-lmc&t=2s>
- La Cosecha (Productor). (2019) Reggaeton: les Montserrat Roig, Elche, Alicante. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=fuxZ4_iqPy0.
- La Política Online. (2021). Un legislador de Milei le debió pedir disculpas a Ofelia Fernández en su primera sesión. De: <https://www.youtube.com/watch?v=UR6xu8kl6-w>
- Losiggio, D. y Nahir Solana M. (2021). Acciones y debates feministas en las universidades / Daniela Losiggio... [et al.]; compilado por Daniela Losiggio ; Mariela Nahir Solana.-1a ed compendiada.-Florencio Varela : Universidad Nacional Arturo Jauretche.
- Ministerio de Cultura. (2019). Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital. Recuperado de: https://www.cultura.gob.ar/nueva-encuesta-de-consumos-culturales_5682/
- Ministerio de Cultura. (2019). Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital. Recuperado de: [file:///D:/usuarios/alumno/descargas/ENCC%202017%20Informe%20General%20\(1\).pdf](file:///D:/usuarios/alumno/descargas/ENCC%202017%20Informe%20General%20(1).pdf)
- Ministerio de Justicia, editado por DNSAIJ. Grooming, guía práctica para adultos. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/guia-grooming.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (UNESCO) y Etxea (2018). Guía didáctica, construyendo feminidades y masculinidades alternativas, diversas e igualitarias. España, San Vicente. Garcinuño Comunicación Gráfica.
- ¡Sin filtros! Durísima respuesta de Wanda Nara al descargo de la China Suárez: insulto y fotos con Mauro Icardi. (20/10/2021). Clarín. Recuperado de: https://www.clarin.com/fama/durisima-respuesta-wanda-nara-descargo-china-suarez-insulto-fotos-mauro-icardi_0_H_MPgnYZc.html
- Sosa Villada, C. (2019). Las malas. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: TusQuets.
- Televisión Pública Noticias. (2020). Diana Zurco: una nueva voz en el noticiero de la Televisión Pública. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=r-3A2h2VYcQ>
- Tik Tok @Lasinsolentes (Productor). (2020). Disponible en: *No es por ahí.mp4
- Una fanática de los boliches que abandonó la secundaria. (13 de septiembre de 2014). Clarín. Recuperado de: https://www.clarin.com/policiales/fanatica-boliches-abandono-secundaria_0_Slek3Ycd7g.html
- Valcárcel, A. (2001). La memoria colectiva y los retos del feminismo. Santiago de Chile, Omegalfa.