Ajuntament Granollers

Equip docent:

Dra. Pedrona Serra Payeras
Dra. Susanna Soler Prat
Dra. Ingrid Hinojosa-Alcalde

INEFC Barcelona - GISEAFE

ESPORTS

Càpsules

1. Com fer front a l'assetjament sexual i a la discriminació
2. Com comunicar amb perspectiva de gènere. (25 d'octubre)
3. Com millorar la participació de nenes, noies i dones a les entitats esportives. (15 novembre)
4. Com incorporar la perspectiva de gènere en l'organització d'esdeveniments. (13 desembre)

Com comunicar amb perspectiva de gènere

Pedrona Serra Payeras
Professora d'Intervenció Educativa
INEFC Barcelona - GISEAFE
pedronaserra@gencat.cat - @pedronasp

GISEAFE
Grup d'Investigació Social i Educativa de l'Activitat Física i l'Esport

Objectius

1. Conèixer la implicació que té el llenguatge en crear marcs de referencia que invisibilitzen diferents realitats i estenen situacions de desigualtat i discriminació.
2. Conèixer diferents solucions per comunicar de forma inclusiva (més enllà del desdoblament de gènere), visibilitzadora i respongui als propis objectius
3. Analitzar els propis recursos comunicatius de l’entitat amb una mirada de gèner

EXERCICI

3 aspectes de la PG que creieu que us heu “enfocat”

3 aspectes de la PG que voldríeu incorporar

5 minuts

Esta foto de Autor desconocido está bajo licencia CC BY

“Espejismo de la igualdad”
(Valcárcel, 2008)

“Ceguera de género”
(Doloso & Velasco, 2013)

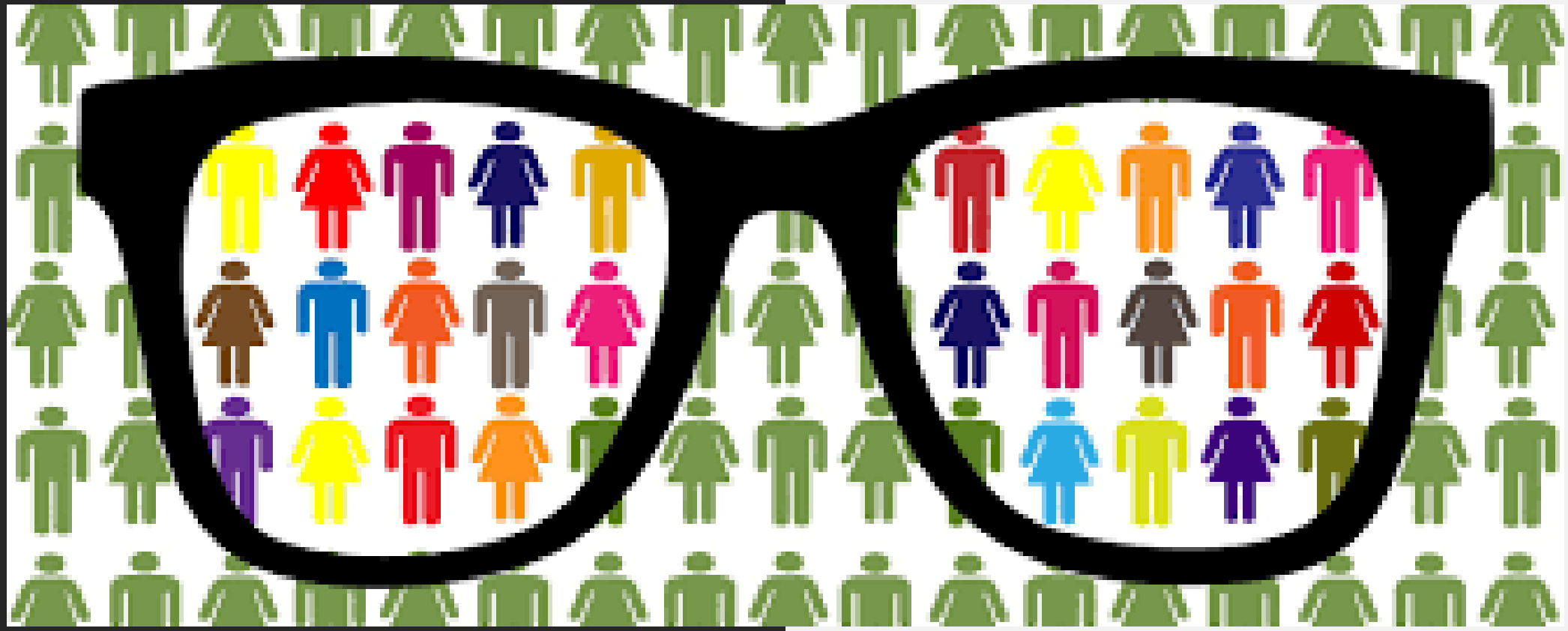
La IGUALTAT d’ACCÉS no és SUFICIENT

Equality
Equity
© 2017 Robert Wood Johnson Foundation.
May be reproduced with attribution.

Estem a punt per veure l’esport en perspectiva de gènere?

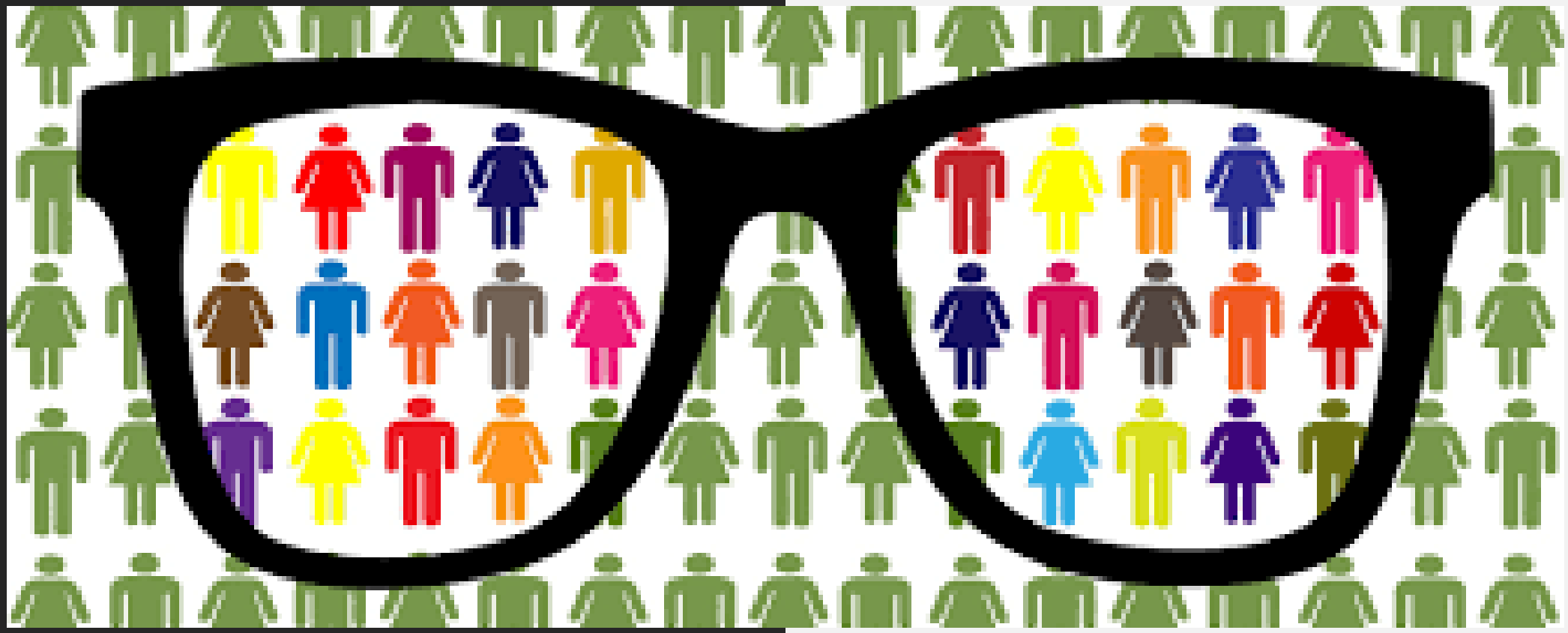
Podeu desmuntar els mites?

- SI no venen és perquè no volen?
- Si jo ho he pogut fer...



Estem a punt per veure l’esport en perspectiva de gènere?

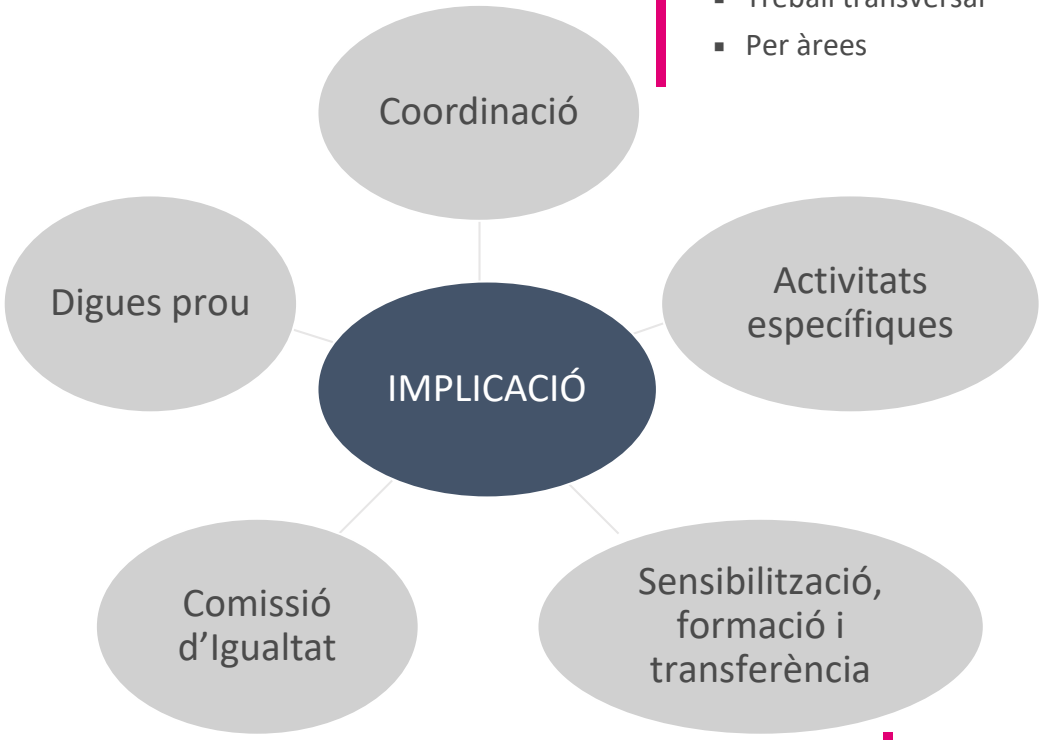
Ens preguntem què fem nosaltres perquè no vinguin?



Del 1 al 5 en quin grau estaries d’acord amb aquestes afirmacions?

1. La meva entitat/club realitza un ús adequat del llenguatge i de les imatge en totes les eines de comunicació que desenvolupen.
2. Es difonen de la mateixa manera les activitats esportives masculines i femenines de l’entitat.
3. S’utilitza un llenguatge inclusiu i no discriminatori en els texts de comunicación interna i externa.
4. Es diversifiquen les imatges d’homes i dones fent AF i esport en diferents edats, contexts i nivells, de manera que s’incloguin els gusts i interessos de les dones en tota la seva diversitat i del col·lectiu LGBTI.
5. S’evita la representació estereotipada d’homes i dones en el tipus i nivell de pràctica esportiva que realitzen.
6. S’elimina la sexualització del cos femení en les imatges en totes les accions de comunicació de l’ens local.
7. Es visibilitzen cartells que incloguin la diversitat sexual i de gènere.
8. Es disposen d’impresos que tinguin en compte la diversitat i incloguin: 3 caselles en el camp de sexe (dona, home i no binari) i recullin la diversitat familiar (persones progenitores/persona progenitora).

1
Implicació en la transformació del centre



- Treball transversal
- Per àrees

- Jornades Dona i Esport
- Master-class

- Junta directiva
- Personal tècnic

inefc lleida
DIA DE LA DONA

Toni Caperós, PDI
Decir "yo no soy machista, pero...",
esto es machismo y es violencia.

TU?
LENTA

Suport?

Implicació?

Aportacions?

Aloe de Sorbas Fa 6 mesos

Déficit...madre mía...de que época salen esos comentarios?. O son comentarios de un palestino? Jajajajaja pobrecitas...vaya ideas se os han metido en la cabeza.

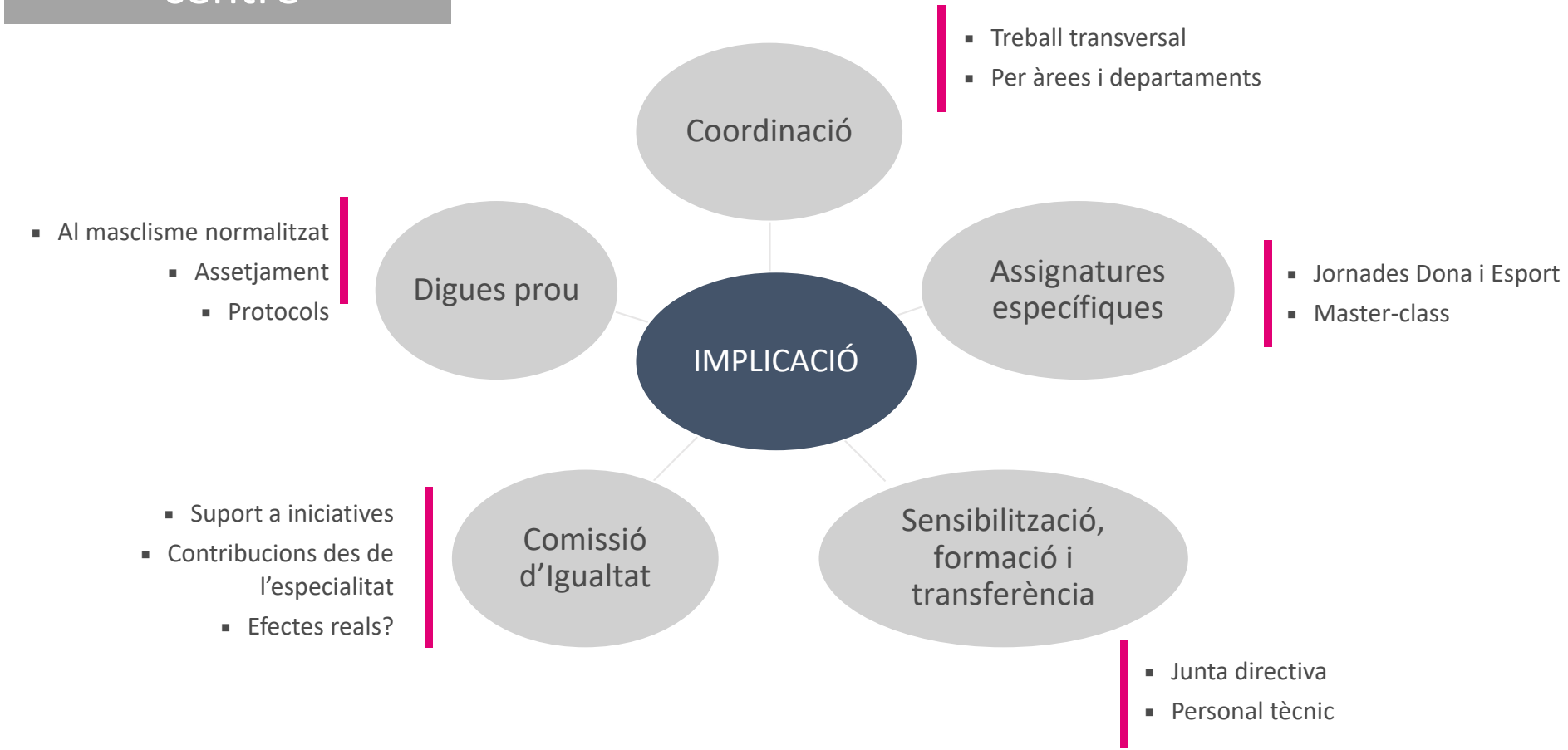
RESPON

EXERCICI

Quines activitats teniu previstes pel Novembre?

2 minuts

1
Implicació en la transformació del centre

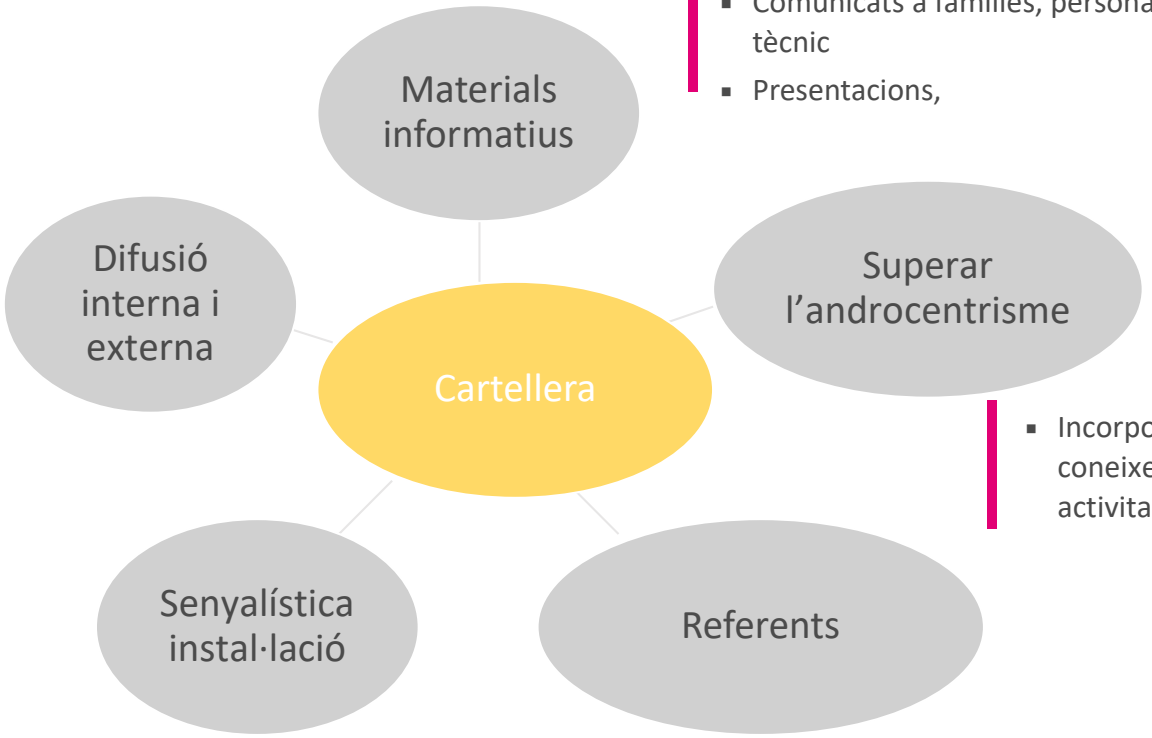


Font: Universitat de València

Digues prou

Visualitza el vídeo sencer

2
Cartellera



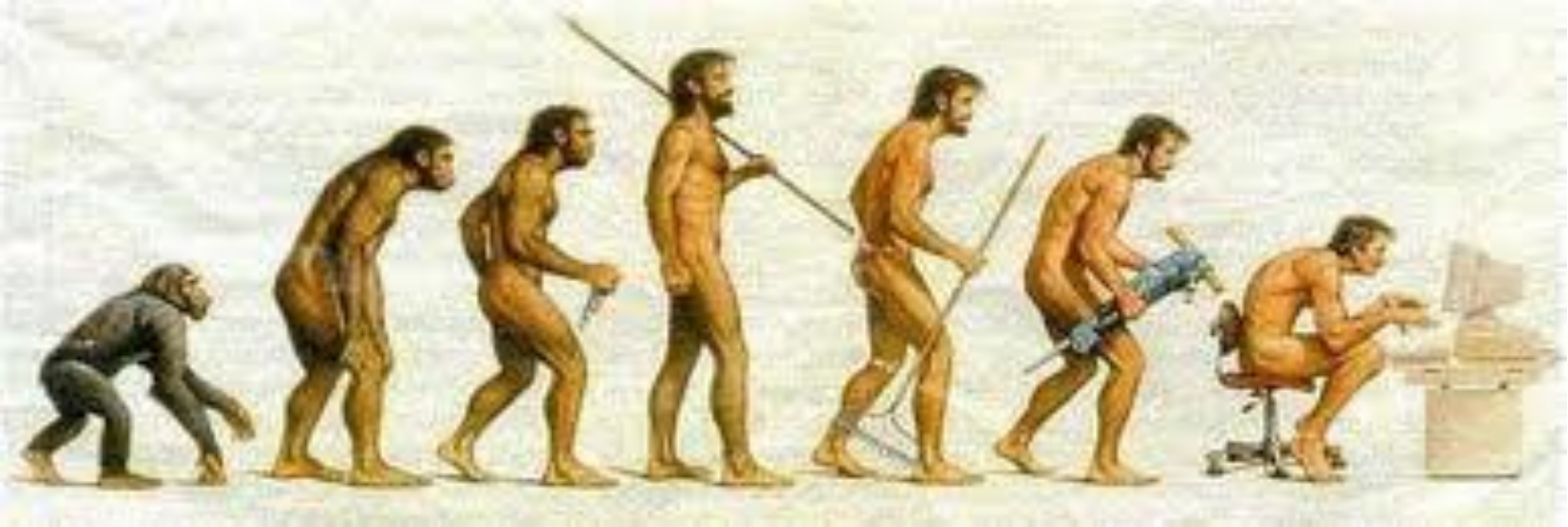
- Comunicats a famílies, personal tècnic
- Presentacions,

- Incorporar l'experiència, coneixements, interessos, activitats de les dones

ANDROCENTRISME
(etnocentrisme)

Història

Evolució humana = Evolució de l'home?



Ens acostumem a lo masculí com a genèric

Història

ANDROCENTRISME
(etnocentrisme)

“El futbol és l’esport rei”

“La Lliga de futbol comença d’aquí 15 dies”

ANDROCENTRISME
(etnocentrisme)

Història

"El futbol és l'esport rei"
"La Lliga de futbol comença d'aquí 15 dies"

Ens acostumem a lo masculí com a genèric

REVISIÓ DE LA VISIÓ ANDROCÈNTRICA. Analitzar de forma crítica i reflexiva la visió androcèntrica del coneixement científic de la nostra disciplina. Sovint l'experiència masculina es considera com l'experiència universal, vàlida per al conjunt de la població. S'entén que allò que serveix per als homes també serveix per a les dones, que tot el que és rellevant ho han fet els homes, o que l'home és el patró de referència per mesurar qualsevol cosa. Aquesta visió, però, invisibilitza la realitat de les dones –en tota la seva diversitat– i reprodueix les relacions patriarcals.

No conviene

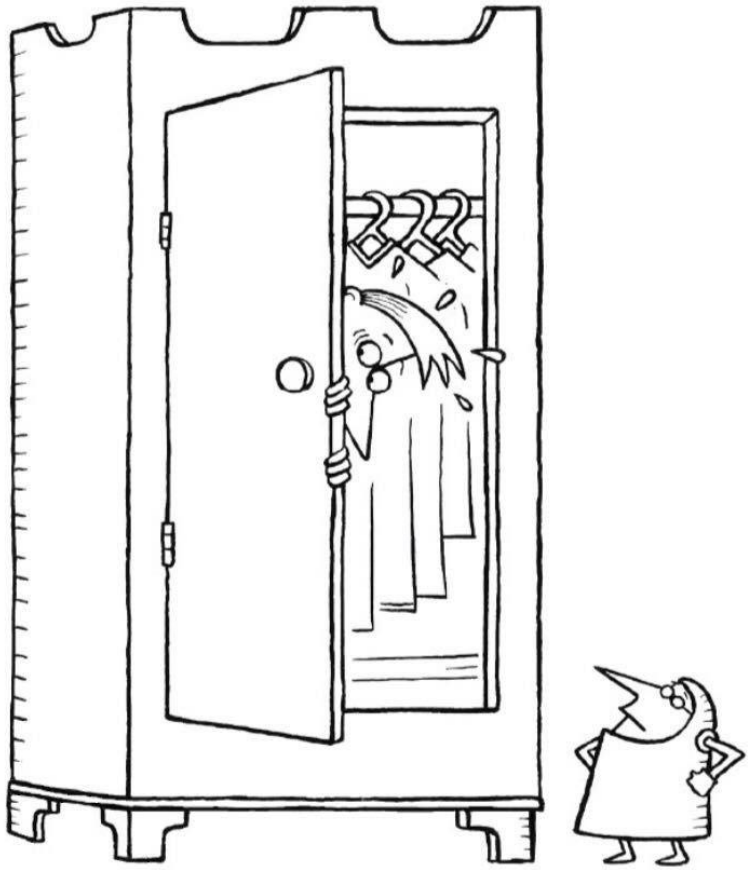
Realizar un uso androcéntrico del lenguaje: ocultación de la presencia femenina o subordinación de ésta a la masculina

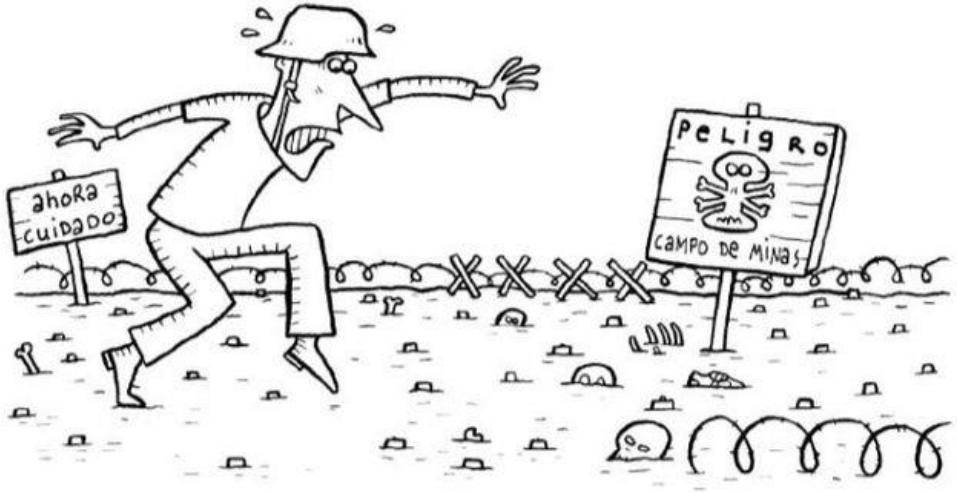
Es aconsejable

No usar el masculino en un sentido genérico, ni el término hombre(s) para hacer referencia tanto a hombres como a mujeres

"Todos los jugadores deben estar federados"

Acceptació - visibilitat





James Dawson (2014)**“Este libro es gay”**

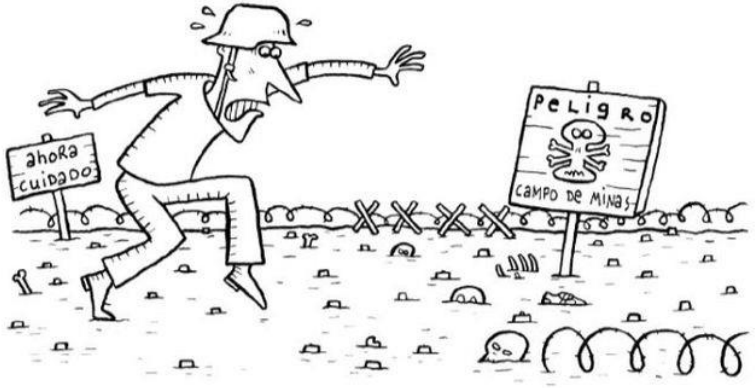
Estratègies

Oficina per la No Discriminació

MÉS DE 40 ANYS
D'ORGULL I ALLIBERAMENT
LGTBI

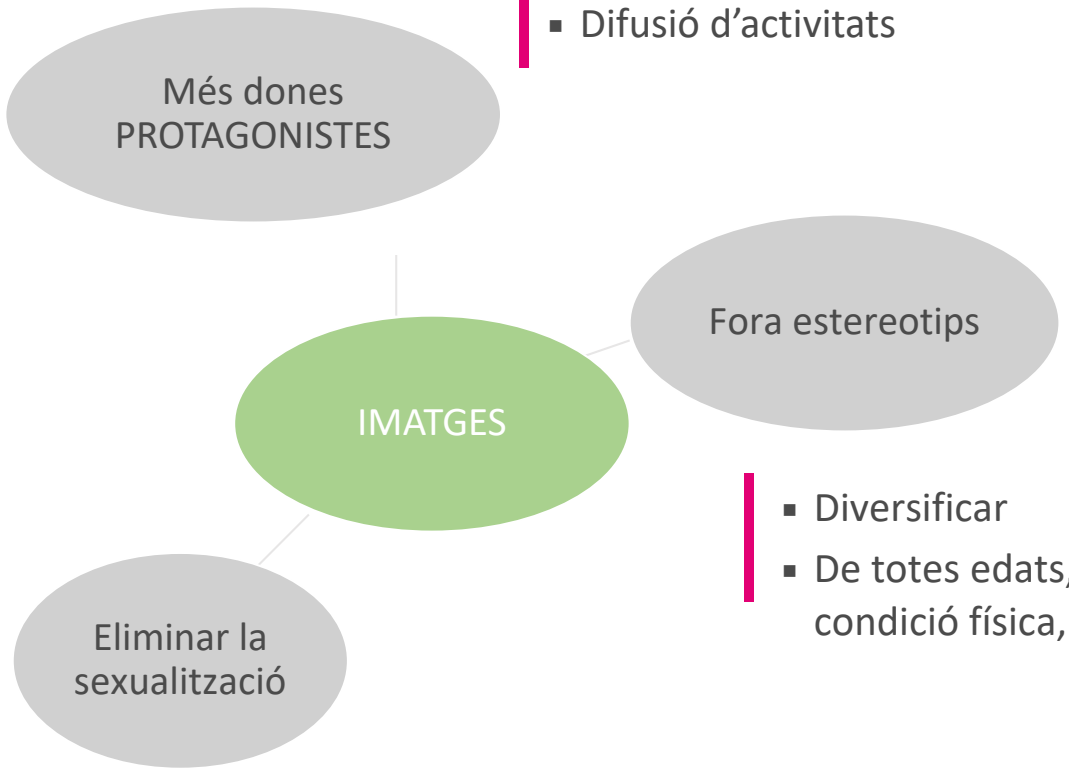
Observatori contra ~~l'homofòbia~~

Estratègies



- Disposar d’impresos que:
- - incloguin 3 caselles en el camp de sexe: dona, home i no binari.
- - recullin la diversitat familiar (famílies homoparentals i monoparentals): persones progenitores/persona progenitora.
- Realitzar les matrícules/inscripcions amb el nom sentit
- Emetre els carnets de soci/a o abonaments d’usuari/a amb el nom sentit
- Disposar de vestidors i dutxes familiars i/o individuals
- Disposar de serveis higiènics unisex
- Visibilitzar cartells que incloguin la diversitat sexual i de gènere
- Utilitzar llenguatge inclusiu i no discriminatori en totes les propostes d’activitats
- Especificar el respecte a la diversitat sexual en la comunicació interna i externa (fulletons divulgatius, web, xarxes socials, etc.), com a valor de l’espai esportiu, de gènere i familiar de totes les persones que en fan ús
- Fer accions de sensibilització i formació al personal i a les persones usuàries

3
Imatges



- Presentacions audiovisuals
- Difusió d'activitats

- Diversificar
- De totes edats, nivells, ètnia, condició física, capacitats,…

- Cos com a reclam?

Abans

De la cartilla escolar. **Manual de Educación Física de 1945**, extraemos algunos ejemplos de juegos infantiles, que consideramos ilustrativos.

Ejemplo nº 1: Con la arena del jardín, del paseo o de la playa pueden jugar los niños muchos ratos, con moldes o con sus mismas manos. Las niñas irán fabricando pasteles, montoncitos de arena, sobre los que ellas irán colocando flores o hierbas. Los chicos en contraste, harán excavaciones que ellos imaginan que son trincheras, túneles, montañas, etc.

Ejemplo nº 2: Casa de muñecas, la instructora organizará una casa de muñecas. Dentro de ella cada niña tendrá su misión, tomando todas parte activa en el arreglo de la casa. Si una va al mercado con su bolsita, la otra, mientras, saca cera; otras, barren y hacen que tienden la ropa. Hay que procurar que las niñas en sus juegos diarios, vayan tomando afición a la que en un día será su tarea diaria.

Ara

Las imágenes en los libros de texto de Educación Física de la ESO: modelos corporales y actividad física

Pictures in Physical Education textbooks for mandatory Secondary Education: body models and physical activity

María Inés Táboas Pais
Ana Rey Cao
Universidade de Vigo. Facultade de Ciencias da Educación e o Deporte. Departamento de Didácticas Específicas. Vigo. España.

Resumen

Este artículo presenta un análisis del contenido de las fotografías que se publican en los libros de texto para la asignatura de Educación Física destinados a la Educación Secundaria Obligatoria –ESO–. La importancia del estudio de las imágenes de los libros de texto radica en la gran capacidad que poseen para trasladar ideas y sentimientos de unos sujetos a otros. Las imágenes están presentes en los libros de texto, material que juega un papel fundamental dentro del sistema educativo. Esta iconografía puede ejercer de mecanismo de control porque promueve la admisión no reflexiva de pensamientos y reproduce estereotipos sin que se cuestione su validez. Por ello es necesario reflexionar sobre las realidades que construyen estas imágenes. La aplicación de un sistema de categorías elaborado *ad hoc* permite desocultar o revelar lo oculto o disimulado en los mensajes de las imágenes de los libros de texto de Educación Física de la ESO. La muestra manejada en la investigación está formada por 242 fotografías, que pertenecen a dos editoriales diferentes. Para el tratamiento de la información se utiliza el paquete estadístico SPSS 14.0. Se realiza un análisis descriptivo univariable y bivariable y se solicita el test «Ji-Cuadrado de Pearson». Los resultados muestran una clara desigualdad en la presencia de la figura masculina frente a la femenina y una asignación de actividades físicas distintas para hombres y mujeres. La representación de distintos grupos raciales es escasa y

Revista de Educación, 354 (Enero-Abril 2011), pp. 293-322
Fecha de entrada: 02-04-2008 Fecha de aceptación: 04-08-2008

EL GÉNERO EN LOS OJOS

Estrategias para educar con (y pese a) las fotografías de los materiales curriculares

Ana Rey Cao

Alba González Palomares

Unidade de Igualdade
Universidade de Vigo

Idioma

El género en los ojos

Estrategias para educar con (y pese a) las fotografías de los materiales curriculares.

Guía didáctica

Actividades 1 y 2

¿Quién aparece?
¿Quién tiene protagonismo?

Actividades 3 y 4

¿Quién hace deporte colectivo?
¿Quién es frágil? ¿Quién es fuerte?

Actividades 5 y 6

¿Quién gana medallas?
¿Quién está al aire libre?

Actividades 7, 8 y 9

¿Qué cuerpo es fuerte? ¿Qué cuerpo es delicado?
¿Quién parece más vulnerable?
¿Qué transmite cada plano?

Ana Rey Cao y Alba González Palomares

CC BY NC SA

http://xeneronosollos.webs.uvigo.gal/

Idioma

El género en los ojos

Estrategias para educar con (y pese a) las fotografías de los materiales curriculares.

Actividad 2. ¿Quién tiene protagonismo?

Observa estas fotografías.

INEFC

Entrevistes:
Rafel Niubò
Secretari General de l'Esport
Araceli Segarra
Alpinista

Sortides Professionals
Rendiment
Educació
Salut
Gestió

Escola Catalana
Piragüisme
Gimnàstica
ECE-Net
Voluntariat

CAR de Sant Cugat:
Formant els atletes del futur

STAFF
Edita:
Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya
D. L. B-14947-2005
www.inefc.cat
Realitza:
MEDIGRUP DIGITAL, S.A.
www.medigrup.com

Generalitat de Catalunya

INEFC
Sortides Professionals
Docència
Rendiment
Salut
Gestió
Escola Catalana
una oferta diversa i polivalent
CAR de Sant Cugat:
Atletes de present, amb expectatives de futur
l'INEFC aposta per la recerca
Entrevista:
Oleguer Presas, jugador del FC Barcelona: "La formació física és clau"
STAFF
Generalitat de Catalunya
EL FUTUR, A LES TEVES MANS!

INEFC
Entrevistes:
Rafel Niubò
Secretari General de l'Esport
Araceli Segarra
Alpinista
Sortides Professionals
Rendiment
Educació
Salut
Gestió
Escola Catalana
Piragüisme
Gimnàstica
ECE-Net
Voluntariat
CAR de Sant Cugat:
Formant els atletes del futur
STAFF
Generalitat de Catalunya
PREPARATS PER AL FUTUR

EXERCICI

Analitzem els vostres cartells?

Quin tipus d'accions has fet per visibilitzar l'esport femení de la teva federació i club?

Pots analitzar-ne la imatge i les paraules que hi surten?

5 minuts

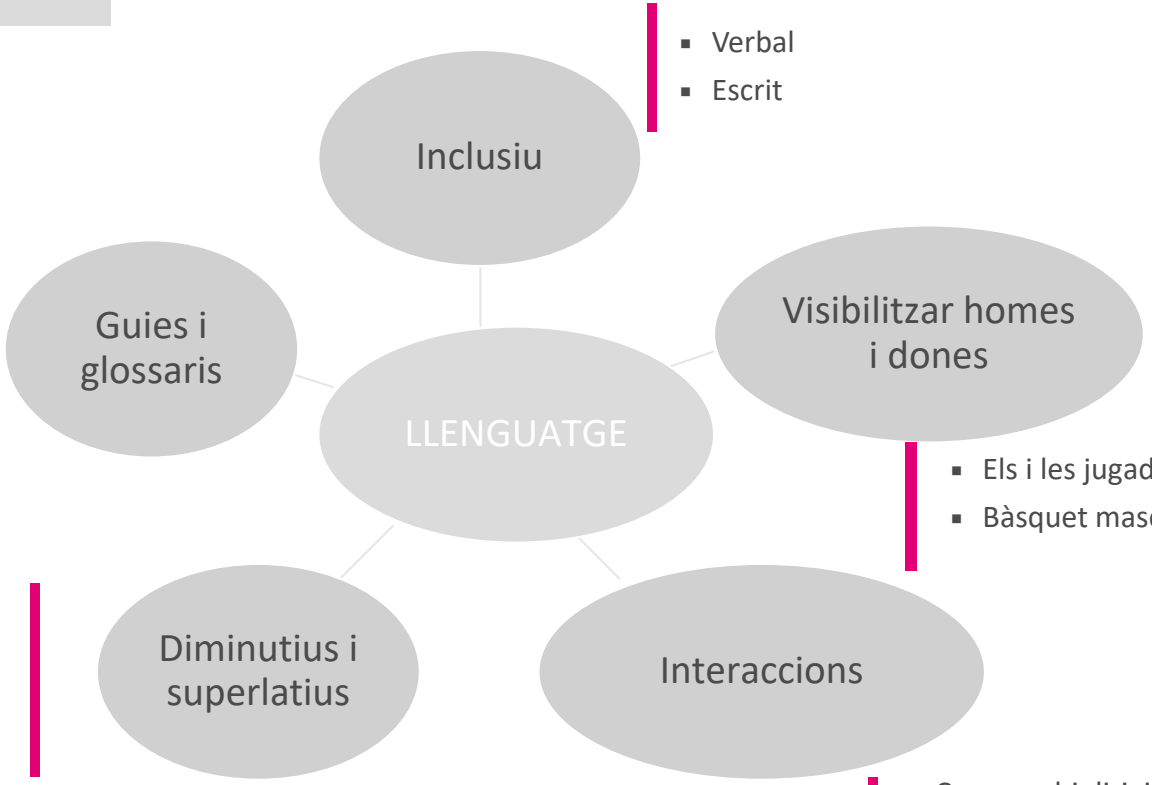
#ThoEstasPerdent

Generalitat de Catalunya

Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, SA
3 CATALUNYA RÀDIO

4
Llenguatge verbal



- Verbal
- Escrit

- Els i les jugadores, entrenadores....
- Bàsquet masculí i femení

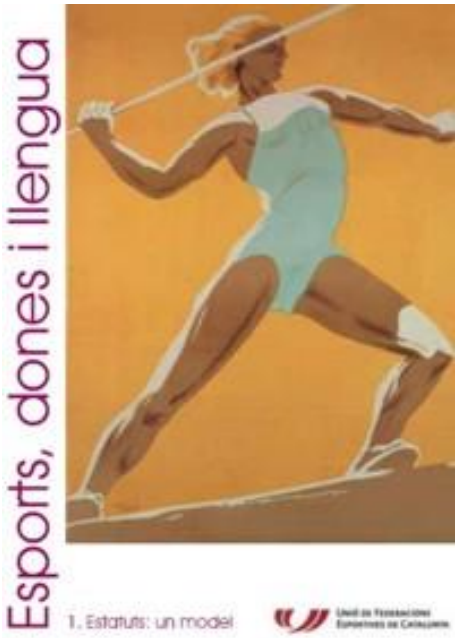
- Com ens hi dirigim
- Com intervenen (o no)
- Mansplanning

- Evitar el paternalisme

- Universitat / Esport
- Centre Dolors Piera

¿Piensas como hablas?

Guía didáctica para un uso igualitario del lenguaje



Manuals en pdf (2009-2010):

1. Estatuts
2. Reglaments
3. Manuals d'aprenetatge
4. Reglament règim interior
5. Instal·lacions

VMaterials complementarios

Consultar web d'Eulàlia Lledó

Lledó (2011). Manual de llengua per visibilitzar la presència femenina. UFEC-BEAT, Barcelona.

Edició digital

- Evitar excés de duplicacions

- La @ o la / només en casos imprescindibles o texts telegràfics: no es pot pronunciar!

És un “hàbit”

Requereix entrenament

Et fa sentir molt bé

Comunicació igualitària en una organització

Argumentos falsos que intentan justificar un uso no inclusivo	
Argumento falso	**Realidad**
Va en contra de la economía del lenguaje, porque comporta un redactado más largo y costoso.	La lengua nos ofrece muchas posibilidades para evitar los usos discriminatorios sin tener que utilizar más palabras. No obstante, si con el incremento de dos o tres palabras, conseguimos incluir a todo el mundo, se llevará a cabo una práctica democrática.
Genera impersonalización debido al uso de términos genéricos o neutros.	Esta percepción es estrictamente cultural y subjetiva y, en cualquier caso, siempre es mejor un uso neutro de la lengua (el profesorado), que un uso excluyente y discriminatorio (los profesores).
Como no hay mala intención, no es necesario.	Ciertamente, es difícil encontrar casos en que realmente el uso sexista sea deliberado y malintencionado, pero los efectos resultan ser los mismos: ocultación de las mujeres y masculinización de nuestra manera de pensar.
Hay cosas más importantes por las que luchar.	Dado que el lenguaje modela comportamientos y conductas personales y colectivas, hacer un uso inclusivo siempre será un paso adelante para la consecución de la igualdad, y por lo tanto, por un mundo más justo.

Estratègies comunicatives

Aunque implica un esfuerzo de vigilancia a fin de no incurrir en conductas sexistas o antropocéntricas en el uso de palabras e imágenes, es posible **sostener una comunicación igualitaria**, mediante algunas recomendaciones:

1) Asegurar que la comunicación inclusiva se sostenga **hacia dentro como hacia afuera** de la organización. Si la organización ha asumido un compromiso con la igualdad, él mismo debe alcanzar todos los ámbitos y relaciones.

2) Hacer un uso incluyente y no sexista del lenguaje, sin limitarlo a espacios informales. La utilización de lenguaje inclusivo **en todos los documentos y espacios (blog, website, etc.) que produce y desarrolla la organización** no debe estar ligado al tipo de producto o al público destinatario, sino que debe ser transversal a la organización.

3) Revisar que la comunicación igualitaria **se mantenga a lo largo** de cada uno de estos productos o dispositivos (texto, contenidos de plataforma, mails, documentos, registros de las organizaciones, etc.) y no sólo en el encabezados, títulos o resaltados.

4) Procurar que **no predomine la frecuencia del masculino** en la exposición de contenidos, y utilizar recursos para **evitar la invisibilización de lo femenino**, tanto a nivel de equipo de trabajo como de las poblaciones objetivo.

5) Cuidar que los textos, ideas, propuestas, afirmaciones, **no reproduzcan estereotipos de género** al atribuir a las mujeres mayormente, lo privado, lo doméstico, el cuidado, etc. y a los hombres, mayormente lo público, lo político, el liderazgo, etc.

Tips para la comunicación escrita y oral

Evitar el masculino como genérico y reemplazarlo por términos colectivos:

en vez de el hombre, la humanidad;
en vez de los ciudadanos, la ciudadanía;
en vez de los argentinos, la población argentina.
en vez de los voluntarios, el voluntariado
en vez de los electores, el electorado

Utilizar genéricos reales

personal, gente, vecindario, colectivo, clase, etc.

Recurrir a los abstractos

la redacción, no los redactores
la legislación, no los legisladores
la dirección, no los directores
la coordinación, no los coordinadores

Suprimir el artículo para los sustantivos que tienen la misma forma en masculino y femenino

X Los deportistas de Fekoor participarán en las Olimpiadas
Deportistas de Fekoor participarán en las Olimpiadas

Poner el verbo en tercera persona singular precedida por el pronombre

X Se recomienda a los usuarios que utilicen correctamente la tarjeta...
Se recomienda un uso correcto de la tarjeta

Usar barras o el paréntesis en los vocativos (cuando se desconozca si el mensaje será recibido por un hombre o una mujer)

En vez de estimado, estimada/o
En vez de interesado, interesado(a)

Utilizar Desdoblamientos (cuando el mensaje se dirige a ambos sexos)

mujeres y hombres
niñas y niños

Aplicar la regla de inversión

Consiste en dar vuelta a la frase o la situación cuando se duda sobre su sexismo. Allí donde está el hombre, poner a la mujer, y viceversa. Si la frase resulta inadecuada, es que el enunciado es sexista y, por lo tanto, debe ser modificado.

Ejemplo inicial: La plantilla la componen dos funcionarios y tres mujeres.
Aplicamos la regla: La plantilla la componen dos funcionarias y tres hombres.
La opción correcta: La plantilla la componen dos funcionarios y tres funcionarias.

Estratègies comunicatives

Tips para la comunicación gráfica y digital

La imagen, al igual que el lenguaje, es una potente herramienta para difundir mensajes, sostener significados y generar percepciones, incluso antes que la palabra, pues ingresa de manera directa al subconsciente.

En la actualidad, en muchas ocasiones tiene preponderancia la representación gráfica sobre el texto, reforzando estereotipos de género o perpetuando actitudes e ideas socialmente dominantes.

La pluralidad que demanda una comunicación igualitaria requiere que se **visibilicen** a todas las personas de manera digna y adecuada, en varios contextos y con toda su diversidad en cuanto a género, etnia, edad u opción sexual, entre otros.

Un **mirada inclusiva** y celebratoria de la diversidad y singularidad de las personas sugiere que en la selección de **imágenes**, en la elección de **colores**, en el diseño de **iconos y logotipos**, en el **desarrollo** de aplicaciones y sitios web, se tengan en cuenta los siguientes tips:

- Representar el grupo humano con imágenes e iconos femeninos y masculinos cuando se refiere a las personas, evitando tomar como modelo único y universal la figura masculina.

- Evitar que aparezcan por separado (las mujeres a un lado y los hombres en otro), cuando se quiere representar a un grupo mixto.

- Integrar una perspectiva de género en el diseño de logotipos o iconos para evitar la homogeneización de iconos o que la marca que se cree pueda tener una interpretación androcéntrica.

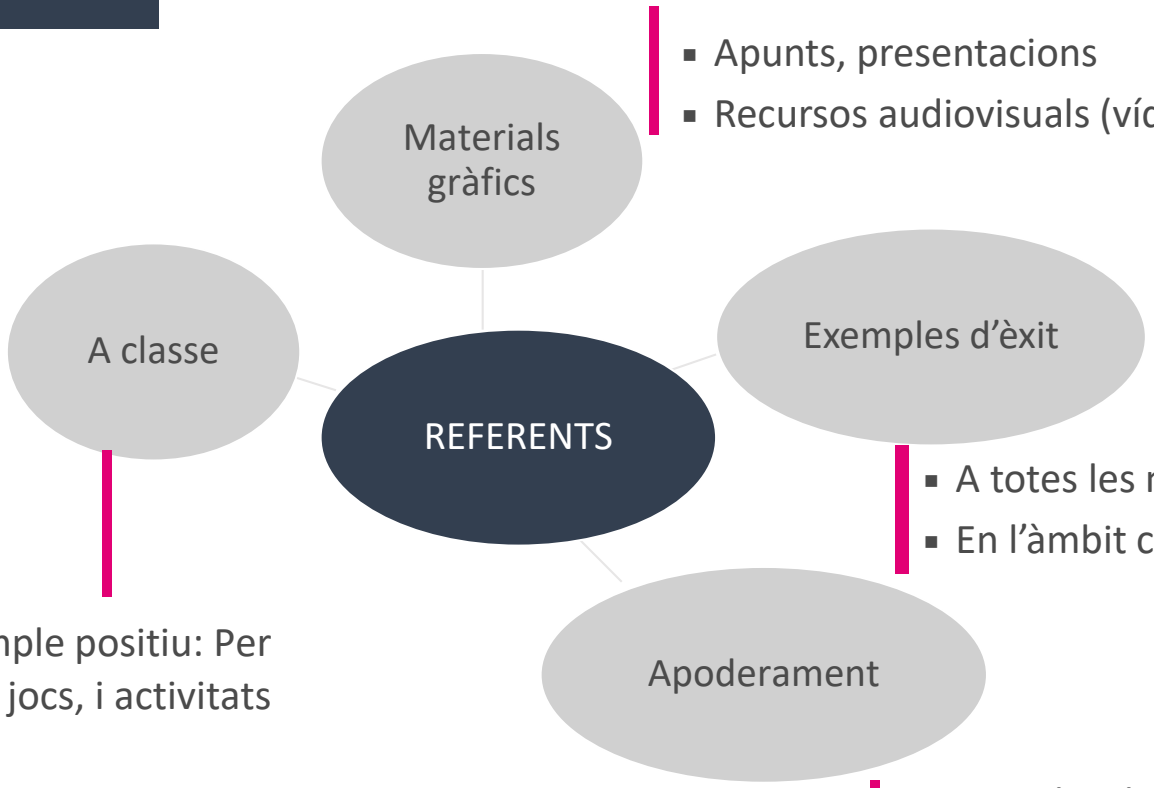
- Desarrollar iconos inclusivos, utilizando colores que no estén tradicionalmente asociados a lo femenino y lo masculino

- Evitar la asignación de valores y estereotipos de género: mostrar que las personas desempeñan roles diversos, no limitados por su sexo biológico.

- Garantizar el equilibrio en la frecuencia de aparición de hombres y mujeres en ilustraciones y fotografías.

- Visibilizar adecuadamente a las mujeres y a los hombres sin caer en estereotipos de roles familiares, sociales, uso de espacios públicos y privados, tipo de actividades o acciones llevadas a cabo.

5
Referents femenins



- Apunts, presentacions
- Recursos audiovisuals (vídeos, xxss,…)

- Noies com a exemple positiu: Per tasques, jocs, i activitats

- A totes les modalitats i nivells
- En l'àmbit científic

- Exemples de ruptura i rebel·lia

En minifalda con 6 grados, la organización les prohibió protegerse del frio

Informativos Telecinco • 03/05/2017 - 20:48 h.

S. XXI

Una sola no implica canvi....

Alhambra Nievas, mejor árbitro de rugby del mundo

De la vostra entitat, quines dones podeu donar a conèixer?
Del vostre esport, quines esportistes podeu posar com exemples?

El terme ***sororitat*** es refereix al lligam estret que s’estableix entre dones basat en la solidaritat, el compartiment d’experiències, interessos, preocupacions, etc., és a dir, a una fraternitat entre dones. Està format a partir del mot llatí *sŏrŏr, ōris* ‘germana’ i el sufix –*itat* amb el sentit de ‘qualitat de’. (TermCat)

EL GÉNERO EN LOS OJOS

Estrategias para educar con (y pese a) las fotografías de los materiales curriculares

Ana Rey Cao

Alba González Palomares

Unidade de Igualdade
Universidade de Vigo

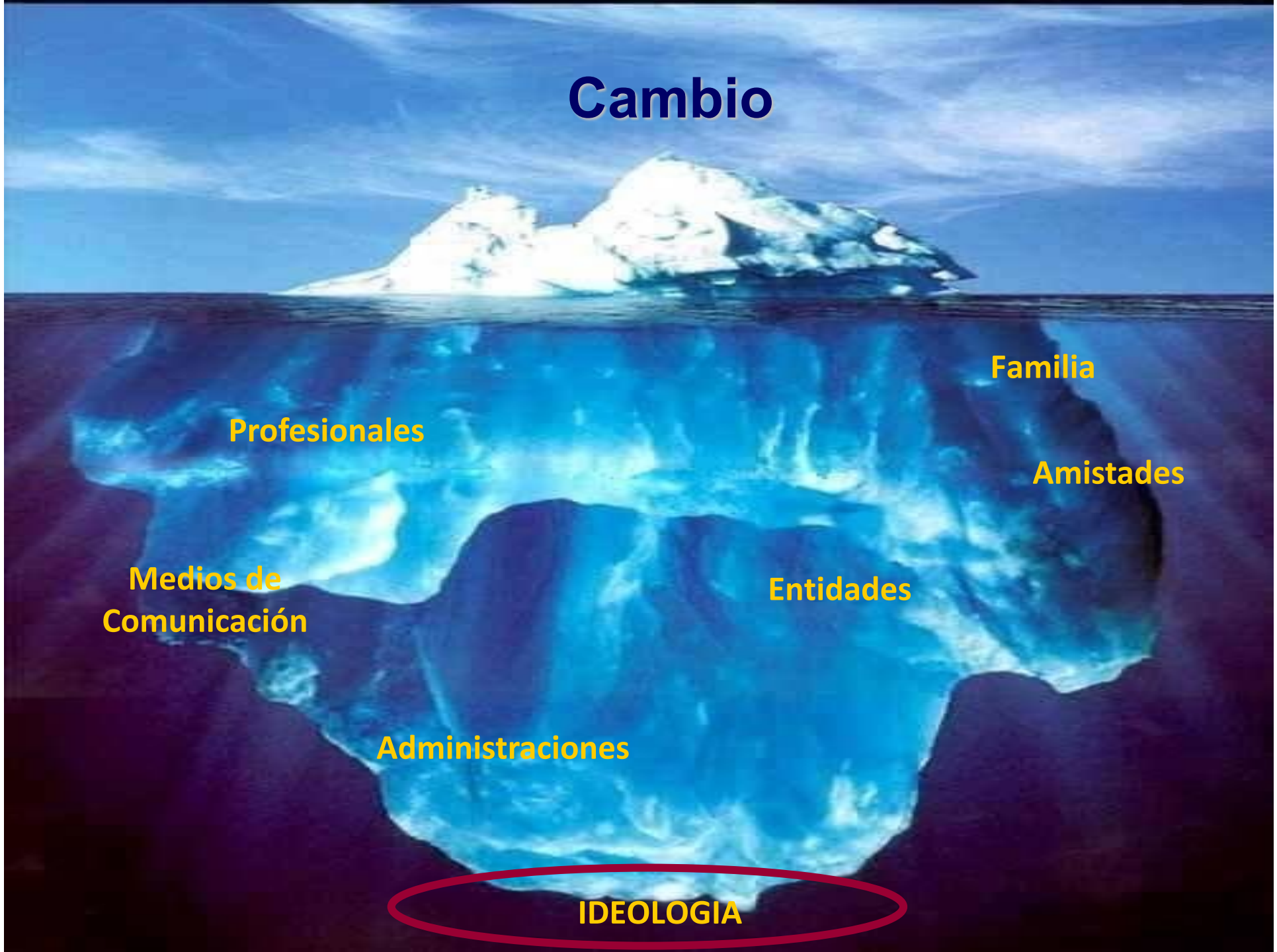
Reconeixement social

Les nits de l’esport

Reconeixement social

Les nits de l’esport

¿Cómo comunicamos?


Cambio
Familia
Profesionales
Amistades
Medios de Comunicación
Entidades
Administraciones
IDEOLOGIA

Antes

“ En cuanto a la participación femenina en los juegos, soy contrario a ella. Es contra mi voluntad que han sido admitidas en un número de pruebas cada vez mayor ”

(Pierre de COUBERTIN)

Ahora??

Premis

ACTION
CHANGES
THINGS
dreamstime.com

Premis

ACTION
CHANGES
THINGS

"volta"
CATALUNYA
Carrefour
POWERADE
UCI WORLD TOUR
LOTERIA DE CATALUNYA

MUTUA
MADRID
OPEN
2017
RECOGEPELOTAS
¡¡¡APUNTATE!!!
www.madrid-open.com
WTA
ATP

Administracions

Sacar del olvido
Reconocimiento

Club Femení i d'Esports (Barcelona)

Crear espacios y actividades de empoderamiento

¿Sin caer en los estereotipos?

Afavorir també un model esportiu basat en la **participació** i en la vessant lúdica i educativa

Conclusión

La voluntad es el cimiento para **cambiar** las cosas; si queremos, podemos **cambiar** el lenguaje y las imágenes, y así, **cambiar** la realidad.

MOLTES GRÀCIES

Materials creats per:

Pedrona Serra Payeras

GISEAFe
Grup d'Investigacio Social i Educativa
de l'Activitat Fisica i l'Esport

Barcelona, 2021