

ANEXO

Campaña de prevención, sensibilización e concienciación sobre a violencia de xénero na sociedade

XUSTIFICACIÓN

A violencia contra as mulleres estivo e está presente de forma xeneralizada na nosa sociedade, presentándose de moi diferentes maneiras: unhas veces de maneira moi sutil, a través do control ou a chantaxe emocional; outras de maneira clara e obxectiva, dando lugar á violencia física, que en moitos casos significa a morte.

Podemos comparar o fenómeno da violencia co dun iceberg, do cal tan só vemos a punta (neste caso a violencia física) pero sabemos que esconde unha parte moito máis grande que é a base sobre a que se sustenta e que está formada polos valores culturais e sociais. Os estereotipos e as ideas sexistas que abundan no noso imaxinario convértense nunha fonte de desigualdades, de discriminacións e de subordinación das mulleres aos homes que se materializa en forma de relacións afectivas e de parella que poden acabar danando ás persoas que as compoñen.

Segundo o último estudo do CIS sobre percepción da violencia de xénero na adolescencia e na xuventude (2014) unha parte significativa dos/as xóvenes e poboación en xeral non logran identificar algunhas formas de violencia machista; rexeitando en maior medida as agresións físicas pero non determinadas actitudes e comportamentos machistas: así o control das amizades, de horarios, da roupa, da sexualidade e incluso, o control do corpo da rapaza, son considerados demostracións de amor e non indicadores de violencia de xénero. A herdanza cultural sobre o amor segue trasladando unha idea de amor de pertenza e control que é necesario desmitificar.

Por este motivo, considérase que para estimular o desenvolvemento dunha conciencia crítica cara o uso da violencia de xénero é imprescindible analizar as relacións interpersoais entre ambos sexos e os mecanismos que inflúen en dita construción. A idea de masculinidade e feminidade que teñen as persoas afecta ao establecemento das súas relacións. A falta de recoñecemento, anulación ou

desprezo ás mulleres polo feito de ser dun sexo diferente constitúese na base do fenómeno da violencia de xénero.

Así, a presente proposta pretende traballar sobre os aspectos que se atopan na base desta iceberg co fin de visibilizalos e facelos consciente para mozos e mozas, homes e mulleres a través dunha metodoloxía activa e participativa: o teatro.

O teatro social busca un equilibrio entre o lúdico e o pedagóxico, construíndo un espazo onde a interacción educativa sexa global e xeradora dun crecemento da persoa dentro dun contexto de grupo. Doutra banda, a improvisación como técnica teatral, permite traballar sobre as súas ideas e coñecementos previos, abordando comentarios e facilitando unha comunicación espontánea e inclusiva.

É por isto que as actividades que aquí propoñemos para desenvolver *a campaña de prevención, sensibilización e conciencia sobre a violencia de xénero na sociedade 2015 do Concello de Cambre* unen teatro e educación social nun equipo formado por profesionais dos dous ámbitos.

Este traballo máis específico cos grupos escolares e coa poboación na rúa, complementábase ademais cunha campaña de márketing social para concienciar e sensibilizar á sociedade en xeral con mensaxes en positivo.

OBXECTIVOS

O obxectivo xeral é promover o bo trato entre as persoas e o compromiso social de tolerancia cero contra a violencia de xénero.

Obxectivos específicos:

- Desmitificar os roles sociais atribuídos a ambos sexos
- Dar a coñecer os aspectos que se atopan na base da violencia de xénero
- Tomar conciencia do alcance que ten a violencia de xénero na sociedade.
- Recoñecer os indicadores de violencia de xénero dentro da parella
- Desmitificar a idea de “amor romántico”
- Potenciar a adquisición e a transmisión dos valores da igualdade entre a comunidade educativa.

EQUIPO PROFESIONAL E EXPERIENCIA NA ÁREA

O equipo profesional de AtalaiA.social está integrado por mulleres que proveñen do ámbito da educación social, psicopedagogía e intervención familiar.

Contan cunha ampla experiencia en materia de coeducación e prevención da violencia de xénero, que acreditan coa realización de múltiples proxectos durante os últimos 9 anos en diversos concellos da provincia (Coruña, Carral, As Pontes, Fene, Ferrol, Cabanas, Mugar dos, Narón, Pontedeume, etc).

É ampla tamén a reciclaxe formativa das persoas traballadoras en materia de igualdade, coeducación e prevención/intervención en violencia de xénero.

Para a realización desta campaña, contaríase, como noutras ocasións, tanto con profesionais do ámbito do márketing e as redes sociais que teñen unha perspectiva crítica e de xénero, coma do mundo do teatro, tecendo conxuntamente entre os diferentes enfoques, unha intervención que cubra os obxectivos artísticos, socioeducativos e de difusión.

ACCIÓNS A DESENVOLVER

1º) SENSIBILIZACIÓN E CONCIENCIACIÓN SOBRE A VIOLENCIA DE Xº

CAMPAÑA DE MARKETING SOCIAL

- Publicidade

A campaña de sensibilización realizada para esta acción aúna uns elementos que chaman a atención do público ao que se dirixe por medio de cores, formas, mensaxes e canles. A campaña busca a prevención e concienciación por medio do emprego das artes escénicas, e o conxunto chama ás persoas á acción, convidándoas a elixir un papel activo e crítico na sociedade.

A imaxe empregada nos materiais de difusión da campaña representa unha parella que se atopa nun escenario, iluminada pola luz duns focos. O cartaz menciona unha serie de parellas moi coñecidas, protagonistas de clásicos da literatura e do teatro: Calisto e Melibea, Romeo e Xulieta, Tristán e Isolda, e Hamlet e Ofelia, para despois lanzar a seguinte mensaxe:

¿Amor romántico ou amor igualitario?

ELIXE O TEU PAPEL

Sen violencia de xénero+felices

Trátase de espertar na audiencia a capacidade de formarse unha visión crítica cara este tipo de historias clásicas nas cales, moitas veces, se toleran unha serie de comportamentos abusivos e ofensivos como si foran normais e habituais, propios das relacións de parella e incluso positivos e desexables. Esta idea de

amor romántico establece un modelo de relación amorosa no cal se nos di o que de verdade significa namorarse, modelo que, polo xeral, esquece a liberdade individual, a confianza ou a necesidade de establecer un diálogo igualitario nas relacións.

Para apoiar esta difusión nas redes, elaborouse merchandaising co lema e imaxe da campaña que será distribuído no municipio, tanto durante as sesións en aula (á poboación escolar) como nos actos de rúa á xente de a pé e os diferentes comercios. Este material consistiu en 40 cartaces tamaño A3 estreito (a toda cor), 50 cartaces A4 a toda cor, 300 bolsas de tea, e 1000 chapas de 3,5 cm. co lema da campaña.

- **Actividades promocionais**

Seguindo na liña da campaña, realizaranse actividades dinámicas nas rúas e nos establecementos. Consistirá na realización dun pequeno sketch teatral por parte dunha actriz e un actor profesionais, que sorprenderán ao público cunha peza moi vistosa que concentre un discurso educativo, no que se analizará a relación entre ambos sexos e a disconformidade dos/as personaxes dese peso que lles supoñen os estereotipos. O desexo de cambio e a posibilidade de facelo rachando con ditos prexuízos será a conclusión da peza, que fará reflexionar participar ás persoas en diferentes espazos: rúa, establecementos, feiras...

Para isto, estableceranse dúas xornadas de 1,5 horas nas que se estudarán os puntos de maior interese para visitar e dinamizar.

Durante estes sketchts repartiranse materiais promocionais da campaña co fin de complementar a sensibilización de cara a poboación.

COEDUCACIÓN

IES

Para a planificación e deseño das sesións en aula, manterase contacto previo co equipo de orientación ou outro persoal que poida aportar información achega dos aspectos identificados como de maior necesidade e da dinámica habitual entre rapaces e rapazas. Para unha maior eficacia, será positivo coñecer de primeira

man que outras actuacións se desenvolven no centro co fin de poder complementar e reforzar as iniciativas escolares.

Desenvolveranse 6 sesións de 50 minutos nas clases de 2º ESO, nas 7 aulas dos centros educativos de Secundaria.

A metodoloxía que se utilizará nas sesións será participativa e activa, combinando teoría e práctica, utilizando dinámicas e recursos audiovisuais que permitan manter a atención do alumnado e espertar os seus intereses. Promoveranse tamén momentos de reflexión grupal e individual co fin de traballar o desenvolvemento da súa capacidade crítica. A planificación será en todo momento flexible, podendo adaptarse ao ritmo e características do grupo-clase.

Os contidos abordados durante as diferentes sesións son os seguintes:

- Roles e estereotipos de xénero
- Conceptos básicos: diferenza sexo-xénero, igualdade e desigualdade, violencia de xénero, estereotipos, feminismo-embrismo, sexismo, identidade de xénero, etc.
- Mecanismos de transmisión dos estereotipos de xénero
- Habilidades sociais e intelixencia emocional
- A pirámide da violencia

Así, durante a primeira sesión traballarase sobre a desmitificación dos roles e estereotipos de xénero dos propios rapaces e rapazas e introduciranse os conceptos básicos relacionados coa temática. Para isto utilizarase a dinámica das siluetas que permite representar visualmente o imaxinario do conxunto de cada clase.

Na segunda sesión estudarase con eles a orixe destes estereotipos e roles de xénero (familia, escola, grupo de iguais, libros, medios de comunicación, redes sociais...), facendo fincapé no análise das influencias dos medios de comunicación a través do visionado de anuncios, videoclips e cancións.

A terceira e cuarta sesión centraranse nas diferenzas entre o bo trato e o maltrato e traballarase sobre as propias habilidades persoais e de xestión emocional.

As dúas últimas sesións irán dirixidas á creación dunha peza artística-visual a través da expresión dos seus corpos e a teatralización. Esta peza será realizada por grupos e será coa que participarán no concurso que se vén realizando en anos anteriores e que terá un premio por centro valorado nun máximo de 150 €. Para a valoración das pezas ofreceranse dúas posibilidades: unha delas sería

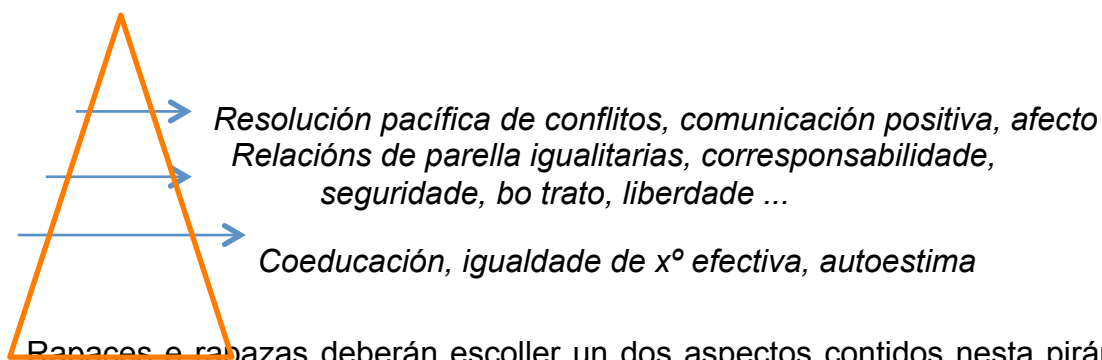
gravar as pezas en vídeo e pasarllas ás persoas do xurado e outra que se realice a valoración o propio día do acto final, que se realizará en torno ao 25 de novembro. Dito xurado estará conformado por persoas do servizos municipais de Igualdade e integrantes das asociacións de mulleres rexistradas en Cambre.

As pezas basearanse nos diferentes chanzos que compoñen a idea piramidal da violencia pero dende unha perspectiva inversa e positiva.

Para isto, traballárase con eles/as primeiro a idea de que a violencia de xénero se sustenta sobre unha base que habitualmente é invisibilizada tanto polos medios como polas propias persoas. Esta base compóñena dende aspectos máis sociais e culturais coma os estereotipos e roles de xénero ata aspectos máis persoais influídos por estes como as formas de relación e resolución de conflitos, a idea de parella, o amor romántico, etc.



Unha vez entendido isto presentaráselles a pirámide inversa en positivo, que contén a base sobre a que se sustentaría as relacións de xénero igualitarias.



Rapaces e rapazas deberán escoller un dos aspectos contidos nesta pirámide e crear por grupos unha pequena peza teatral de entre un e dous minutos sen diálogo que o represente. Deste modo faranse visibles diferentes elementos relacionados co bo trato.

As sesións serán guiadas por unha profesional da Educación Social, con ampla experiencia na dinamización de grupos e no deseño de proxectos en relación coa coeducación e a prevención da violencia de xénero dende un establecemento positivo de parella.

Durante as dúas últimas sesións contarase coa participación dunha rapaza actriz profesional que ademais conta coa titulación de Educación Social, co fin de guiar aos nenos e nenas na elaboración da dinámica artística.

CEIPs

Desenvolverase unha actividade socioeducativa por centro co alumnado de 5º ou 6º de primaria, que terá unha duración de 1 hora e cuarto.

Esta actividade, á que chamamos “**Onte, hoxe e mañá**” consiste nunha dinámica que se fiará a través de dous personaxes femininos: unha muller de 80 anos e unha nena de 11, avoa e neta. Elas van desvelando a evolución da situación da muller durante as últimas décadas confrontando a perspectiva actual coa pasada. Para isto, as personaxes sairán do seu escenario para interactuar cos rapaces/as e, a través de situacións moi divertidas, presentacións de fotos e xogos facerlles reflexionar sobre as situacións de desigualdade que aínda están vixentes, afondando no tema das relacións afectivas entre homes e mulleres, seguindo co fío da campaña.

Ademais, estes personaxes guiarán unha reflexión sobre o trato entre as persoas, identificando aquelas condutas que son agresivas cara a outras persoas, percorrendo diferentes escenarios como poden ser os contextos escolares ou o ámbito familiar. Esta actividade estará guiada por dúas educadoras sociais que priorizan a interacción co alumnado e a reflexión educativa.

EVENTO FINAL

Teatro interactivo: “O VESTIDO DE VODA”

O evento final realizarase arredor do 25 de Novembro, un mércores ás 20:00 horas, cunha duración de aproximadamente 2 horas. A este evento convidarase ao alumnado participante nas sesións en aula e ás súas familias, así como ao profesorado dos centros. Dito acto contará con dúas partes que xirarán en torno á teatralización.

Para dar comezo, os grupos de alumnado seleccionados mostrarán ás familias e ao público en xeral os traballos preparados nas aulas, amosando as súas escenas a través dunha dramatización muda sobre unha peza musical.

Trala exposición das diferentes escenas procederase á entrega dos dous premios (un por IES) das pezas gañadoras do concurso resultantes das sesións en aula.

A segunda parte, consistirá na representación por parte dunha actriz e actor profesionais (Vanessa Rivas e Jose Leis) dunha peza de teatro de entre 15 e 20 minutos que tamén carece de diálogo. A partir desta representación, unha terceira persoa educadora, que será a que guíe a sesión, establecerá un nexos de unión entre o público e as persoas que representan para analizar o que ocorreu enriba do escenario, manexando os tempos e permitindo que o público participe e se involucre de xeito activo, introducindo os contidos abordados nas sesións de aula dun xeito aberto ao resto das persoas presentes. A duración total desta actividade será dunha hora e cuarto.

O peche do acto realizarao unha muller con recoñecemento social que pertenza ao mundo do teatro e vinculada á loita pola igualdade entre homes e mulleres.

TEMPORALIDADE

A temporalidade para levar a cabo das accións do 1 de outubro e 25 de novembro as actuacións da campaña.

	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO
Dinamización redes sociais			

Marketing social e publicidade			
Actividades promocionais			
Evento final			
Organización sesións IES			
Sesións IES			
Preparación traballos para evento final			
Actividade no CEIP			

MELLORAS

Dossier para profesorado

Aínda que as actuacións da campaña reverten sobre toda a comunidade educativa, enténdese fundamental unha especial atención ao profesorado dos centros educativos, quen ten un papel fundamental na intervención cos nenos e nenas, así como coa mocidade.

Para isto, proporcionarase un dossier para cada ciclo escolar de xeito que o profesorado conte cun material que recolla as claves fundamentais para a educación en valores cos aspectos directamente relacionados coa coeducación e a prevención de relacións violentas e sexistas. Ademais destas claves, propoñeranse algunhas dinámicas que poden utilizar nas aulas para abordar directamente estas cuestións.

Correo electrónico dinámico

O correo elixeoteupapel@gmail.com estará constantemente activo durante o tempo que dure a campaña, a xeito de apoio para consultas anónimas ou solicitude de información. Este correo estará a disposición do alumnado, familias e profesorado ata finais de ano.

AVALIACIÓN

Presentarase un informe de avaliación final onde recolleremos a información do programa realizado e das actividades levadas a cabo dentro do mesmo. Entregarase ademais un dossier de fotos que recollan algunhas das actividades e dos momentos vividos durante a campaña así coma unha gravación das pezas elaboradas polo alumnado dos centros.

A avaliación de resultados realizarase en base aos seguintes criterios:

Indicadores cuantitativos:

- 1) Número de produtos de merchandaising repartidos
- 2) Número de alumnado beneficiario disgregado por sexos
- 3) Número de consultas realizadas por correo electrónico
- 4) Número de persoas participantes nas actividades promocionais e no evento final

Instrumentos: follas de rexistro

Indicadores cualitativos:

- Grao de satisfacción dos centros educativos, responsables municipais, e alumnado.

Instrumentos:

Enquisa de satisfacción

Cuestionario pre-post para as sesións no IES

Cuestionario para o profesorado dos IES e dos CEIP