



edu
CAC

QUI ENS PARLA?

ITINERARI TRANSVERSAL | PERSPECTIVA DE GÈNERE

PRESENTACIÓ DE L'ITINERARI	3
INTRODUCCIÓ	5
OBJECTIUS.....	6
MATERIALS NECESSARIS	7
ÀMBITS COMPETENCIALS	7
PROPOSTA DE TEMPORITZACIÓ	7
SISTEMA D'IMPLEMENTACIÓ	8
ESTRUCTURA DE LA PROPOSTA DIDÀCTICA.....	9
ACTIVITAT 1. OBSERVEM LA REALITAT ALS MITJANS.....	11
ACTIVITAT 2. OBRIM EL DEBAT	15

Itinerari transversal | Perspectiva de gènere

En el món actual, les dones estan aconseguint presència en espais i àmbits que en els últims segles els hi havien estat formalment prohibits. I, d'entre aquests àmbits, el món audiovisual i de les comunicacions no n'és una excepció. Segons el *Llibre blanc de la professió periodística*, publicat el 2006, a les facultats de comunicació catalanes les alumnes ja eren un 70% de l'alumnat total, però... Què succeeix després? A l'hora de traspasar aquestes dades al món laboral, la presència de les dones en el sector cau sorprenentment. Segons la [Memòria del Col·legi de Periodistes de Catalunya](#), el 2013 les dones representaven poc més d'un terç, el 37,1%, dels professionals en el sector periodístic a Catalunya.

Amb aquest itinerari transversal us proposem, doncs, analitzar on estan i on no estan les dones en els mitjans de comunicació, però també anar més enllà reflexionant sobre quins són els **motius de la seva presència o absència**.

Preguntant-nos, quan hi són, **com apareixen reflectides en les pantalles?** Quin tipus de dones reproduïxen els diversos canals? Hi ha dones darrera les càmeres? I en els consells de redacció? És representatiu un debat televisiu en el què només hi participen homes? És necessària la mirada femenina en el món audiovisual? Què pot canviar el fet que hi hagi dones treballant en aquest sector? I també, quin ús estan fent de les tecnologies de la comunicació dones i homes? Les utilitzem i ens afecten de la mateixa manera?

Aquest itinerari us proporcionarà eines per treballar amb l'alumnat els mitjans de comunicació des d'una perspectiva més completa, perquè si dones i homes som, respectivament, el 50% de la humanitat, una anàlisi que obvia la presència de les dones en qualsevol àmbit és una anàlisi a mitges. Per contrarestar aquesta ambigüitat, proposem treballar amb **perspectiva de gènere**.

Què és la perspectiva de gènere?

La perspectiva de gènere és un terme que fa referència a la consideració de les **diferències entre homes i dones** en un àmbit o una activitat determinats. Treballar des d'aquesta perspectiva no implica, per tant, analitzar només l'experiència de les dones, sinó observar on i com s'ubiquen ambdós sexes.

Fins fa relativament pocs anys, les notícies, els discursos, el llenguatge, els estudis científics, la història, etc., no tenien en compte si el que estaven exposant feia referència només a homes, només a dones, o a dones i homes. Quan tot s'exposa des d'una subjectivitat teòricament neutra el que acaba passant és que s'invisibilitza la realitat de les dones i s'universalitza la dels homes, com si aquesta fos única per a tot el gènere humà.

Apostem, doncs, per desconstruir aquestes pràctiques parcials i treballar des d'una perspectiva plural, que vulgui i pugui saber a qui es representa en cada moment i per què.

Com funciona l'itinerari?

Amb aquest itinerari transversal us proposem treballar les unitats didàctiques eduCAC amb un fil conductor: la perspectiva de gènere. Hi trobareu **propostes específiques per complementar el treball de les unitats didàctiques** posant el focus en l'anàlisi dels mitjans de comunicació de de la perspectiva de gènere. Per fer-ho, us proposem que observeu la **infrarepresentació de les dones en els mitjans de comunicació**, que constateu la **manca de referents femenins en el nostre imaginari cultural** i que reflexioneu sobre la influència dels **estereotips sexistes** en les nostres vides, molts dels quals reproduïts a través de la publicitat.

Propostes per treballar la perspectiva de gènere a les unitats didàctiques

Unitat didàctica | De què parlem?

L'agenda temàtica dels mitjans de comunicació i el seu impacte sobre la nostra visió del món.

Qui ens parla?

Us proposem passar de l'agenda temàtica a les presències i les absències de les dones als mitjans de comunicació. I és que si la cobertura o el silenci de determinats temes als mitjans influeix en la visió del món, com ens afecta la infrarepresentació de la dona?

Unitat didàctica | Personatges

La influència dels personatges, tant els de ficció com els sorgits de les xarxes, sobre la nostra identitat i la nostra visió del món.

Sistema sexe-gènere a les pantalles

Us proposem analitzar, també, la manca de referents femenins en el nostre imaginari cultural i com els mitjans de comunicació hi tenen molt a veure. Com es reproduïxen les figures 'home' i 'dona' a les pantalles? Com això condiciona la nostra manera de ser?

Projecte d'aula | Anunciem valors

Creació d'un anunci amb l'objectiu d'incitar a la reflexió i fer visibles valors, causes o problemàtiques que creiem importants.

Anuncis NO sexistes

Per crear un anunci que fomenti valors com la igualtat entre les persones, primer cal ser capaç de detectar els prejudicis i els estereotips en els missatges publicitaris. Crearem un anunci lliure de sexisme i contra la discriminació.

PERSPECTIVA DE GÈNERE | QUI ENS PARLA?

En una societat que durant segles ha exclòs a les dones de qualsevol àmbit públic, ens hem acostumat a veure el món des d'una perspectiva única, la dels homes, sense ni adonar-nos que era parcial. Ens hem acostumat a donar per suposat que el periodisme, la història o la ciència són neutrals i objectius quan, de fet, estan majoritàriament pensats acceptant l'exclusió de la meitat de la humanitat, les dones.

Així doncs, arriba l'hora de fer-nos preguntes. Qui construeix els relats? Qui decideix què és important per a la societat? Qui fa política? I, en el cas del periodisme i dels mitjans de comunicació, qui ens parla? O, dit d'una altra manera, on són les dones?

Acostumar-nos a trencar amb la perspectiva parcial i observar la realitat incloent-hi les dones ens permet entendre el món d'una manera més completa, més complexa i més plural. Per prendre'n consciència, us proposem començar per l'anàlisi dels mitjans de comunicació. De la mateixa manera que aquells temes que queden fora de l'agenda dels mitjans són invisibles, la infrarepresentació de les dones als mitjans de comunicació invisibilitza i silencia una gran part de la població.

OBJECTIUS

- Utilitzar amb autonomia i esperit crític els mitjans de comunicació i les TIC, per obtenir, interpretar i elaborar informacions i opinions.
- Saber explicar, amb les seves pròpies paraules, què és i com es pot aplicar la perspectiva de gènere.
- Prendre consciència dels processos de presa de decisions als mitjans de comunicació i de les presències o absències de les dones en aquests.
- Potenciar una actitud activa i una mirada crítica a l'hora de rebre informació, cercar-la i compartir-la a Internet.
- Saber transmetre i defensar al grup una opinió o posicionament personal respecte d'un tema proposat i aprendre a consensuar una idea.
- Aprendre a analitzar i/o a elaborar un sumari informatiu amb perspectiva de gènere.
- Potenciar els valors de respecte, diàleg, responsabilitat i cooperació a través dels debats i el treball en equip.

MATERIALS NECESSARIS

- Guia per al professorat
- Projector a l'aula per a la visualització dels vídeos
- Pissarra o suport digital
- Ordinadors o dispositius amb accés a internet

ÀMBITS COMPETENCIALS

- Àmbit lingüístic
- Àmbit tecnològic
- Àmbit social
- Àmbit de cultura i valors
- Àmbit digital
- Acció tutorial

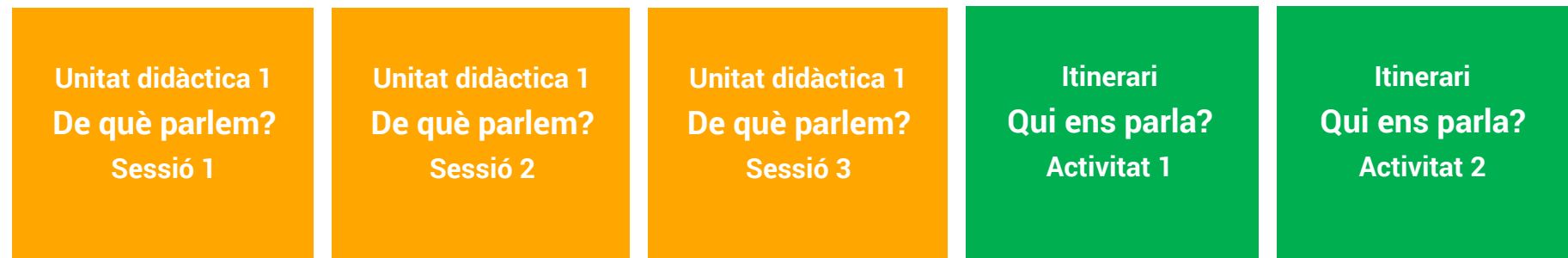
PROPOSTA DE TEMPORITZACIÓ

2 sessions d'1 hora

SISTEMA D'IMPLEMENTACIÓ

Abans d'iniciar aquest Itinerari transversal us recomanem dur a terme la **'Unitat didàctica 1 | De què parlem'**, ja que aquí us proposem passar de l'agenda temàtica a les presències i les absències de les dones als mitjans de comunicació. I és que si la cobertura o el silenci de determinats temes als mitjans influeix en la nostra visió del món, com ens afecta la infrarepresentació de la dona?

Treballarem la informació que emeten els mitjans de comunicació amb perspectiva de gènere. Per fer-ho, cal parar atenció a la presència de dones i homes en aquests mitjans, per així poder fer visible **qui ens parla i qui hi ha darrera de l'organització de l'agenda temàtica**.



ESTRUCTURA DE LA PROPOSTA DIDÀCTICA

OBSERVEM LA REALITAT

Activitat 1 / Durada orientativa: 1 hora

PROPOSTA D'ACTIVITATS				
DESCRIPCIÓ DE LES ACTIVITATS		MATERIALS I RECURSOS	ORGANITZACIÓ A L'AULA	DURADA ORIENTATIVA
Activitats de desenvolupament	<p>Activitat 1: Observem la realitat als mitjans</p> <p>1.1: Anàlisi objectiva: recull de dades Revisem diversos mitjans de comunicació i quantifiquem la presència de dones i homes en diferents àmbits.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Guia per al professorat Connexió a internet. Suport digital per poder veure mitjans digitals Diferents edicions de diaris en paper 	<p>Dues modalitats:</p> <ul style="list-style-type: none"> Individual i fora de l'aula Amb grups de 4-5 i a l'aula 	30'
	<p>1.2: Presentem el nostre recull de dades L'alumnat presenta a l'aula les observacions recollides.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Recull de dades de l'alumnat 	Disposició habitual	20'
Proposta de síntesi	<p>1.2: Presències i absències contrastades El docent exposa dades contrastades sobre la presència de dones i homes als mitjans de comunicació.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Pissarra o suport digital per presentar les dades Impressió de les dades en paper (opcional) 	Disposició habitual	10'

OBRIM EL DEBAT

Activitat 2 / Durada orientativa: 1 hora

PROPOSTA D'ACTIVITATS				
DESCRIPCIÓ DE LES ACTIVITATS		MATERIALS I RECURSOS	ORGANITZACIÓ A L'AULA	DURADA ORIENTATIVA
Activitats de desenvolupament	<p>Activitat 2: Obrim el debat</p> <p>2.1: Anàlisi subjectiva Visualització d'una entrevista a Isabel Muntané i debat a l'aula vertebrat sobre unes preguntes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Guia per al professorat ▪ Projector a l'aula ▪ Accés a internet ▪ Vídeo de l'entrevista a Isabel Muntané 	Disposició habitual o organització en semi-cercle per facilitar el debat	40'
Proposta de síntesi	<p>2.2: Com ho hem fet nosaltres? Repassem conjuntament amb l'alumnat si els sumaris que van fer durant les sessions de la unitat 'De què parlem?' havien tingut en compte la perspectiva de gènere.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Guia per al professorat ▪ Treballs elaborats durant les sessions de la unitat 'De què parlem?' ▪ Projector a l'aula ▪ Accés a internet 	Disposició en semi-cercle perquè es puguin visualitzar els uns als altres	20'

ITINERARI TRANSVERSAL | PERSPECTIVA DE GÈNERE

QUI ENS PARLA?

Després del treball de la **'Unitat 1: De què parlem'**, haurem entès què és l'*agenda setting* i haurem pres consciència que la selecció de l'agenda temàtica dels mitjans marca el ritme de les preocupacions globals. També haurem pogut posar-nos a la pell dels periodistes amb l'elaboració d'un sumari informatiu. Ara us proposem anar una mica més enllà i analitzar qui escriu les notícies, qui ens les explica i qui escull quins temes són notícia i quins no. I ens preguntarem: **ens parlen dones i homes per igual?**

ACTIVITAT 1. OBSERVEM LA REALITAT ALS MITJANS

Per poder reflexionar al voltant d'aquest tema i no obrir debats basats només en percepcions personals o amb idees predeterminades, el primer que cal fer és **observar la realitat amb la que comptem**. Així doncs, començarem amb una activitat de recollida de dades que ens pugui servir per fer una primera anàlisi objectiva.

1.1. Anàlisi objectiva, recull de dades.

Proposem a l'alumnat que escullin diversos mitjans de comunicació (diaris, programes informatius de televisió o de ràdio, mitjans digitals, etc.) i que es fixin en els elements següents:

- Quan es citen persones del carrer (veïns, testimonis, víctimes, familiars, assistents a concerts o actes culturals, etc.) són homes o són dones?
- Quantes vegades apareixen veus d'home i quantes de dona?
- Quants homes i quantes dones ocupen els càrrecs de director/a?
- Quantes notícies estan escrites per homes i quantes per dones? I quins temes tracta cadascú? (esports, cultura, política, successos, internacional, etc.)
- Quina posició ocupen aquestes notícies en el diari o la graella del telenotícies?
- I els articles d'opinió, els escriuen majoritàriament dones o homes?
- Dins de les notícies, quantes vegades veiem com a protagonistes els homes i quantes les dones?
- Quan es citen persones expertes o veus de referència de qualsevol àmbit (coordinacions de projectes, direccions d'empreses, líders polítics, científics, etc.) són majoritàriament dones o homes?
- En els mitjans impresos, quantes vegades i en quin context apareixen imatges d'homes i de dones?

Aquesta primera part de l'activitat es pot dur a terme en dos formats, dins o fora de l'aula:

De forma individual i fora de l'aula

Demanem als nois i noies que durant una setmana es fixin en els telenotícies, en els programes de ràdio, en diversos diaris, etc. I vagin recollint les dades quantitatives esmentades per fer després l'anàlisi a l'aula.

*Cal que cada alumne/a esculli un sol mitjà de comunicació per analitzar: periòdics o diaris digitals, telenotícies o programes de TV, etc. Però de cadenes diferents o diverses línies editorials per poder comparar-los entre sí. Per exemple, si escullen telenotícies, que es fixin en el de TV3, TVE i Antena 3.

De forma grupal i dins de l'aula

Repartim als alumnes en grups d'entre 4 i 5 persones i assignem a cada grup l'anàlisi d'un mitjà de comunicació en concret: periòdics, diaris digitals, telenotícies, programes de TV.

*Cal que cada grup treballi un sol mitjà de comunicació per analitzar: periòdics o diaris digitals, telenotícies o programes de TV, etc. Però de cadenes diferents o diverses línies editorials per poder comparar-los entre sí. Per exemple, si escullen periòdics, que analitzin *El Periódico*, *l'Ara* i *La Vanguardia*.

1.2. Presentem el nostre recull de dades

Un cop fet aquest primer recull de dades quantitatives, demanem que exposin a l'aula el que han observat. El més probable és que amb aquesta primera part de l'activitat l'alumnat hagi constatat com **dones i homes ocupen posicions diferents en els mitjans de comunicació**, i constatin com són representats en els mateixos mitjans també de forma diferent en funció del seu sexe.

Possibles observacions de l'alumnat:

- La majoria de càrrecs directius dels mitjans de comunicació els ocupen homes.
- La majoria de notícies són redactades per homes, especialment les que ocupen les posicions més destacades en els diaris: editorials, política nacional i internacional, economia, etc.
- Pel que fa als articles d'opinió podem trobar dones i homes participant més o menys per igual.
- Les dones apareixen més sovint com a veïnes, testimonis, usuàries de transports, assistents a actes culturals, víctimes, compradores, etc.
- Les veus d'experts són majoritàriament d'homes.
- Les dones expertes normalment apareixen quan es tracten temes socials, culturals i/o educatius.

1.3. Presències i absències contrastades

El llistat anterior reflecteix algunes de les observacions que probablement podran detectar els i les alumnes amb un cop d'ull ràpid als mitjans de comunicació. Però per contrastar si allò que s'ha observat és una constant o és fruit de la casualitat del dia i dels mitjans escollits, reflexionarem conjuntament i engegarem un debat sobre si els resultats ens semblen els habituals des de la nostra experiència amb els mitjans.

Per dinamitzar aquesta part de la sessió, podem utilitzar i llançar al grup classe algunes dades sobre la presència de dones i homes als mitjans de comunicació recollides en **informes anuals i en estudis estadístics**:

- En aquest [article de 'Crític'](#) s'hi recullen dades de diferents fonts sobre la qüestió.
- Dades extretes de l'últim informe del [Consell de l'Audiovisual de Catalunya \(CAC\)](#) sobre la presència de les dones als mitjans audiovisuals corresponent al 2016:
 - En l'àmbit polític, la presència de les dones als mitjans és del 24,8%, tot i que en els debats polítics han pujat fins al 41,6%.
 - Les dones tenen menys temps de paraula que els homes. En el cas dels dos principals informatius de TV3, el 2016 les dones van tenir el 31,1% del temps de paraula. En l'Informatiu de TVE Catalunya, la presència de veus femenines va ser del 29,8% del total.
 - La condició sota la qual parlen tampoc és igualitària. Els homes apareixen exponencialment en rols professionals, com ara el món de la sanitat, la cultura, la política, l'economia i la religió. Les dones només superen els homes lleugerament (54,1% dones respecte el 45,9% d'homes) quan no tenen un rol específic associat, és a dir, com a actors ocasionals: declaracions de testimonis, assistents a esdeveniments, etc.
 - Les dones, sense estar en paritat, apareixen en un percentatge una mica més elevat en el món associatiu (36,5%) i en l'ensenyament (29,2%).
- El col·lectiu [#onsonlesdones](#), que es dedica a comptabilitzar, mes rere mes, la presència de les dones en els mitjans de comunicació catalans de més difusió (diaris en paper i digitals, tertúlies de la ràdio i televisió i articles d'opinió...), recollia el juliol de 2017 les dades següents:

- 77% dels articles d'opinió publicats als 4 rotatius d'abast nacional català són firmats per homes.
 - Les opinions que publiquen els mitjans catalans més llegits són encarregades en un 70% a homes.
 - A les tertúlies a la ràdio, de cada 10 persones opinant, entre 6 i 7 són homes.
 - A les tertúlies d'actualitat de la televisió pública catalana, no hi ha hagut cap mes en què un debat estigués compost amb una representació del 50% d'homes i dones.
 - En les tertúlies de les televisions privades catalanes, les dones no acostumen a ocupar més d'una quarta part de la taula.
- A les facultats de comunicació catalanes la majoria d'alumnes són dones i, en canvi, no s'arriben a incorporar amb la mateixa proporció al món laboral. Segons el [Llibre blanc de la professió periodística](#), el 2006 l'alumnat femení a les facultats de comunicació catalanes era d'un 70%, però aquesta proporció de dones i homes periodistes s'inverteix quan entrem al món laboral. Sense tenir dades absolutes, podem anar repassant la presència de les dones en els diferents sectors de l'àmbit del periodisme i la comunicació i constatar com elles són sempre minoria, fins al punt d'arribar quasi a invertir-se les dades i trobar-nos que les dones representen només entre un 20% i un 30% dels càrrecs de responsabilitat en mitjans de comunicació i que aquesta mateixa xifra es manté pel que fa a àmbits d'opinió o altres rangs professionals. Podeu consultar dades més detallades en el [1r Informe de l'Observatori Cultural de Gènere](#), publicat el juliol del 2013, o en aquest article de Cinta Jiménez ['Sostre de vidre o de formigó?'](#), publicat al web del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

ACTIVITAT 2. OBRIM EL DEBAT

2.1. Anàlisi subjectiva.

Un cop recollides i comentades les dades objectives cal plantejar-se els perquè de la situació actual: per què dones i homes ocupen posicions diferents en els mitjans de comunicació? Per què la paritat present en les facultats de comunicació no es trasllada al món laboral? És diferent la manera d'explicar el món dels homes i de les dones? Entre d'altres.

Per vertebrar les preguntes d'aquesta segona part de l'activitat, us proposem la visualització d'aquest vídeo:

Títol	Duració
<u>Entrevista a Isabel Muntané sobre el Màster de gènere i comunicació</u>	5:28 min

- Què pensem del que afirma sobre que el fet que hi hagi dones directives als mitjans de comunicació o caps de redacció no vol dir que es faci una informació amb perspectiva de gènere?
- Creieu que el fet que una notícia hagi estat pensada i redactada per un home o una dona pot canviar el contingut de la mateixa? Per què?
- Quan es busquen fonts expertes, la majoria de les vegades són fonts masculines. Creieu que això significa que no hi ha dones especialitzades en els àmbits en qüestió?
- Pot ser representatiu de la societat un mitjà en què la majoria de redactors, presentadors i opinadors siguin homes? I si la majoria fossin únicament dones, el considerariem neutre i representatiu?

2.2. Com ho hem fet nosaltres?

A mode de tancament, proposarem fer una última anàlisi per fixar-nos en com hem actuat nosaltres quan ens hem posat a la pell dels periodistes. **Repassem els sumaris** realitzats per l'alumnat durant les sessions de treball de la [unitat didàctica 'De què parlem'](#):

- Quins temes van proposar els nois i quins les noies?
- Quines van ser les veus que explicaven cada tema?
- Dels temes proposats, quants comptaven amb protagonistes masculins i quants amb protagonistes femenins?
- Hem realitzat el nostre sumari amb perspectiva de gènere?
- Ho faríem diferent ara? Què canviaríem?



edu
CAC