



MUSAS

GUÍA DE ACTIVIDADES

*Dinamización cultural
para adolescentes con
perspectiva de género*



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



APDP



ANDOBELA



LA CORTE
BELLA CARTA





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Erasmus + Project, "MUSES": Strategic partnership in the field of youth 2021-2022

<https://museserasmusplus.weebly.com/>

This project has been funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Xandobela | Educación e cultura

Nerea Couselo Fernández
María Jesús (Chus) Caramés Agra
xandobela.info | info@xandobela.info

La corte della carta

Silvia Spagnoli
Magda Mantovani
lacortedellacarta.it | info@lacortedellacarta.it

APDP_Associação para o desenvolvimento de Pitões

Elisabete Carrito
Lúcia Jorge
Ana Margarida Paiva
apdpitoes@gmail.com



License: Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International
(CC BY-NC-SA 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



ÍNDICE

Presentación del proyecto-----	4
¿Quiénes somos?-----	5
Características de la guía-----	9

PUNTO DE PARTIDA: marco teórico

Conceptos clave-----	11
Valores de igualdad y equidad en la cultura y las artes- -	12

ACTIVIDADES INTRODUCTORIAS

1, Adivina el término.-----	17
2, Tuttifrutti con nombre de mujer.-----	24
3, Barómetro de valores.-----	27
4, Juegos de mesa con mirada violeta.-----	30
5, ¿Quién es ella?-----	43

ACTIVIDADES DE ANÁLISIS Y PROFUNDIZACIÓN

6, Teatro de la oprimida con perspectiva de género.-----	47
7, Manifest-acción.-----	55
8, Cinefórum con perspectiva feminista.-----	61
9, Lo que esconde una mujer.-----	64

ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN Y CONCIENCIACIÓN

10, En busca de musas.-----	69
11, Biblioteca Viviente.-----	83
12, Memes feministas.-----	87
13, Dale la vuelta al guión.-----	90
14, Experimentos sociales.-----	94
15, Sticker art por la igualdad.-----	97
16, Palabra de vulva.-----	101
17, Fashmob.-----	109
18, Cantastorie.-----	113

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto “Muses” surge como respuesta a la necesidad de visibilizar y explotar el valor social y las oportunidades que ofrece el patrimonio cultural y el arte desde tres **perspectivas** necesariamente complementarias:

1. Promover la transmisión de la cultura y el arte como un elemento patrimonial rico y diverso, apto en la realidad actual como herramienta educativa, de ocio saludable, de relación social e intergeneracional, con vocación integradora, primando la igualdad de las personas y no discriminación por cuestión de género, clase o edad.
2. Capacitar a trabajadores/as juveniles del ámbito educativo y sociocultural en el empleo de estrategias propias de la educación no formal e investigación social para la difusión del patrimonio cultural europeo y el arte, al mismo tiempo que experimentan, renuevan y mejoran sus habilidades en el desempeño profesional en tanto facilitadores/as de la participación juvenil real, activa y creativa y el empoderamiento de los y las jóvenes.
3. Difundir y poner en valor el patrimonio cultural y el arte entre el público joven, con vistas a apoyar su propio desarrollo crítico, cívico y creativo, y para dotarles de herramientas que promuevan nuevos escenarios y espacios de expresión, renovados canales de participación, conexión y diálogo.

Para conseguir esta misión se diseñó una estrategia de 16 meses en la que jóvenes de entre 13 y 18 años y trabajadoras juveniles procedentes de Italia, Galicia y Portugal intercambiaron buenas prácticas y experimentaron con nuevos métodos para fomentar la participación, conexión y empoderamiento juvenil en un ambicioso proceso fundamentado en la metodología de formación-investigación-acción. La cuestión procedimental fue abordada desde 3 contenidos esenciales: a) enfoque de género y estrategias coeducativas; b) técnicas artísticas y performativas; c) técnicas de investigación social, entrevista y recogida de testimonios orales.

Las **actividades** principales en las que se operativizó el proyecto fueron:

- Intercambio juvenil “Buscando musas” en Italia.
- Investigación, mapeo y registro audiovisual: fruto de este proceso, contamos con una galería de 15 vídeos donde se recogen experiencias inspiradoras de personas creativas, artistas y/o que trabajan en el ámbito cultural y de las artes, para confrontar prejuicios por razón de género y dar muestra de la diversidad y riqueza del patrimonio cultural y artístico europeo.
- Diseño, desarrollo y evaluación de actividades de dinamización cultural para adolescentes en cada territorio.
- Desarrollo de la presente guía didáctica “Dinamización cultural con perspectiva de género para adolescentes”.

Es un proyecto cuyos resultados serán de gran utilidad para profesionales del ámbito educativo (reglado o no reglado), del ámbito cultural y del ámbito patrimonial, ya que están avalados por una experimentación y evaluación exhaustiva, y son susceptibles de ser aplicados en sus contextos de intervención. Queremos que las acciones, productos y resultados del proyecto sean inspiradores, prácticos y totalmente transferibles.

¿QUIÉNES SOMOS?



La Corte della Carta es una asociación cultural, laboratorio artístico y taller de ideas que nace para indagar sobre la materia papel en el arte, artesanía, teatro y recorridos didácticos. Nace en Milán en 2008 y desde hace años colabora con bibliotecas, escuelas, espacios lúdicos, ayuntamientos y otras asociaciones y cooperativas del territorio Lombardo. La asociación trabaja a través de animaciones, espectáculos y laboratorios. Entre los miembros de la asociación hay bibliotecarios, artesanos, enseñantes, actores, experimentando la flexibilidad del material papel y las competencias de cada uno. La elección del papel nace por ser un material pobre y rico al mismo tiempo y accesible a todos: desde la pequeña aldea hasta la grande ciudad, nos permite trabajar en torno a la recuperación de las tradiciones que van perdiéndose en una grande ciudad como Milán, nos permite una manipulación artesanal que lleva a la creación de objetos de arte y de artesanía, nos permite jugar y recuperar un tiempo para el juego. El teatro de títeres, en particular, es un área de investigación para los miembros de La corte. A partir de estas confluencias ha nacido nuestro amor por los materiales "simples" que utilizamos como "contadores de historias". Pedagogía, arte y artesanía son áreas de investigación que nos interesa explorar y experimentar, contagiándonos y contagiando lugares, países y ciudades en las que vivimos.



APDP

La **APDP** - Associação Para o Desenvolvimento de Pitões – ha sido creada en febrero de 2015 y ha surgido de la necesidad de promover actividades y desenvolver proyectos que visan la preservación del patrimonio inmaterial local. La APDP tiene como objetivo promover la cultura del pueblo de Pitões, motivando y envolviendo a los habitantes. Al mismo tiempo pretende crear infraestructuras adecuadas a las características de la población y de los eventos a crear. La población de Pitões tiene características muy propias, que vienen de su localización geográfica. Pitões das Júnias se encuentra situada a 1200 metros de altitud, en el extremo norte de Portugal, dentro del Parque Nacional Peneda-Gerês, en el ayuntamiento de Montalegre, Barroso, provincia de Tras-os-Montes.



Xandobela | Educación e Cultura trabajamos los viejos ámbitos de la cultura y de la relación entre las personas, desde los valores y métodos que ofrece la educación no formal, favoreciendo la actitud integradora, creativa y lúdica. Somos personas educadas en el asociacionismo gallego, con compromiso y experiencia en el trabajo sociocultural de base y en red de numerosos colectivos y programas, y contamos con amplia y variada formación en pedagogía, educación social, dinamización y gestión sociocultural, dirección de proyectos de tiempo libre y de educación no formal.

De manera especial, promocionamos la lectura, la lengua gallega, la cultura, el patrimonio, las artes, el juego... pivotando en sus potencialidades lúdicas, expresivas y creativas, y conjugando el disfrute con el aprendizaje y divulgación cultural. Son muy numerosos los proyectos que fuimos desarrollando a lo largo de todos estos años, llegando a especializarnos en el diseño de proyectos novedosos, participativos y creativos. Poco a poco, fuimos creando fórmulas metodológicas propias, sencillas pero altamente efectivas en la búsqueda de los objetivos que cada proyecto persigue.

CARACTERÍSTICAS DE LA GUÍA

Esta es una guía didáctica que busca ser una herramienta útil y práctica, con voluntad didáctica, formativa y dinamizadora, que integra las conclusiones y competencias de aprendizaje adquiridas fruto del desarrollo del proyecto MUSES y se fundamenta en la experiencia y en estrategias y métodos testados en la práctica. Lo que se pretende es que cualquier entidad o persona pueda experimentar con las actividades aquí detalladas y diseñar proyectos de dinamización cultural con perspectiva de género para adolescentes.

Es una guía estructurada y práctica, cuyos contenidos están organizados en actividades de tipo introductorio, de profundización y análisis y de difusión/concienciación social, en las que se detallan todos los aspectos procedimentales de manera coherente, rigurosa, integral y didáctica.

Hemos procurado que la metodología de todas las actividades tengan una perspectiva reflexiva, lúdica y/o creativa. Esta característica estará indicada con los siguientes símbolos:



Actividade creativa



Actividade lúdica



Actividade reflexiva

Enlazamos a lo largo de la guía una serie de hyperlinks con materiales y recursos para usar en las actividades, pero se deben considerar como orientativos pues vemos interesante que cada persona, el personal educador, haga su propio proceso de documentación para que la implementación esté perfectamente adaptada a cada contexto.

Estos hyperlinks estarán marcados **ASÍ** y ayudan a que la guía sea dinámica y eficiente.



MUSAS

PUNTO DE
PARTIDA:
MARCO TEÓRICO



CONCEPTOS CLAVE

-  **Estereotipos de género:** conjunto de ideas generalizadas o creencias construidas socialmente que dictan cómo deben ser, qué papel les corresponde desempeñar en la sociedad y cómo se tienen que relacionar hombres y mujeres.
-  **Prejuicio:** idea u opinión preconcebida, normalmente desfavorable, cara algo o alguien. No está basada en datos objetivos, sino en un sentimiento negativo originado por juicios de valor y generalizaciones infundadas.
-  **Sexismo:** actitud o comportamiento discriminatorio y de infravaloración basados en el género o sexo de una persona.
-  **Igualdad de género:** igualdad de derechos, deberes y oportunidades entre mujeres y hombres. El principio de igualdad y de no discriminación por razón de sexo debe inspirar el resto de los derechos fundamentales.
-  **Equidad de género:** busca crear e introducir medidas adaptadas y compensatorias ante la evidencia de la desigualdad de las mujeres frente a los hombres para conseguir la igualdad real.

Y, ¿a qué le llamamos musa/muse en este proyecto?

Para nosotras, son referentes que superan y rompen con estereotipos por razón de género, principalmente, que los cuestionan de manera implícita o explícita y sirven de inspiración y modelo.

VALORES DE IGUALDAD Y EQUIDAD EN LA CULTURA Y LAS ARTES

Es importante romper con la idea elitista, consumista y estereotipada de la cultura, el patrimonio y el arte, conectar e integrar los elementos que participan en su transmisión y buscar una corresponsabilidad entre los agentes implicados a la hora de difundirla sin estereotipos discriminatorios. En una etapa vital en pleno crecimiento como es la adolescencia se torna esencial conocer referentes (“musas”) para apoyar su pensamiento crítico y proactivo, dialogar con referentes que superan y rompen con estereotipos en razón de género, principalmente, que los cuestionan de manera implícita o explícita y sirvan de inspiración (mujeres creadoras que sean pioneras en su campo, personas que no respondan a determinados estereotipos de género, que tengan un discurso crítico feminista, que sean portadoras y transmisoras del patrimonio cultural tradicional...).

El objetivo general que buscamos es, por tanto, desarrollar y renovar mecanismos y técnicas educativas para la difusión del patrimonio cultural europeo y del arte entre adolescentes para fomentar su participación, conexión y empoderamiento, generando debate crítico y creativo en torno a los estereotipos y prejuicios que rodean al ámbito cultural.

Para ello, antes de proponer actividades concretas, el equipo de Muses (educadoras y grupo de adolescentes en los tres países) ha llevado a cabo un exhaustivo proceso de análisis de la realidad en el que se han identificado una serie de estereotipos, prejuicios o discriminaciones por razón de género en el ámbito cultural y artístico. Los prejuicios y estereotipos, manifestados en forma de micromachismos o discriminaciones palmarias, están presentes en todas las esferas de la vida y, en consecuencia, el ámbito cultural y artístico no se libra de ello. A continuación pasamos a enumerarlos:



- 
 En los centros de formación de arte, teatro, música, etc, la mayor parte del alumnado está compuesto por mujeres. Pero, al contrario, los artistas más famosos, más exhibidos y mejor pagados son hombres.
- 
 Siempre ocurre que la mujer tiene que escoger entre carrera y familia, pensando que no puede desarrollar ambas cosas por igual.
- 
 Cuando se entrevista a una mujer, a menudo se le hacen preguntas que NO conciernen a su campo profesional, sino solo asuntos personales (por ejemplo: ¿cómo administra su hogar y su trabajo? ¿Su esposo la ayuda? etc.)
- 
 Se espera que la mujer artista respete ciertos cánones de feminidad, tanto en su apariencia como en sus obras (mujer santa vs mujer diabólica).
- 
 Una artista que habla de sexualidad con sus obras no está bien vista.
- 
 Desvalorización de las mujeres en cargos de gestión y decisión.
- 
 Preconcepciones laborales y de formación sobre el tipo de arte que las mujeres pueden o no realizar (ámbitos feminizados VS ámbitos masculinizados).
- 
 Sub-representación del trabajo de las mujeres en el mundo artístico.
- 
 Representación de la mujer en el arte: históricamente hay una representación simbólica de la mujer "florero", mujer santa, sin protagonismo político y social (con excepciones por razón de clase o rango). Tampoco hay mujeres artistas historiográficamente estudiadas o valoradas.
- 
 Preconcepciones en torno a la "temática" o contenidos del arte y creación cultural hecha por mujeres: obras carentes de contenidos interesantes o de interés general, amor romántico, contemplación... En paralelo, se da un proceso de ridiculización/banalización de estos "temas" (los temas prestigiosos son los "masculinos").
- 
 Techo de cristal ("glass ceiling barriers") en las industrias culturales y creativas. Acceso desigual a las ayudas y subvenciones para creadores y creadoras.
- 
 Idea preconcebida de que no hay hombres feministas en el arte o de que la visión feminista de la cultura y las artes solo atañe a las mujeres.

- Idea preconcebida de que las mujeres no se profesionalizan en el campo de la cultura y las artes, sino que se trata de una ocupación de ocio o un hobby.
- Las actividades artísticas (sobre todo las relacionadas con la expresión corporal, como la danza) están naturalizadas en el rol femenino.
- Menos visibilidad en los mass media.
- Ausencia de referentes (invisibilizados).
- Escala de valores y temáticas asignadas socialmente al rol masculino son valoradas, al contrario, las asignadas al femenino no (por ejemplo, una perspectiva artística desde las emociones y los cuidados).
- Las propuestas artísticas creadas por mujeres son doblemente cuestionadas y sufren de un trato paternalista. Esto además coarta la libertad de expresión artística.
- La edad y otras características o condiciones suman nuevos elementos de discriminación para las mujeres.
- Aplicar la perspectiva de género de manera reduccionista o mal orientada. Por ejemplo, reduciendo el enfoque de género al cumplimiento de las (necesarias) cuotas de representación femenina, social y políticamente correctas.

Pero, **¿qué supone aplicar la perspectiva de género?** Supone asumir que el género es una categoría social que debe ser considerada en cualquier análisis e intervención, evidenciando en todo momento cuáles son las consecuencias y condiciones de uno y otro sexo y cómo son las relaciones entre ellos. El enfoque de género nos permite interpretar la realidad con el fin de orientar la intervención y transformar la sociedad en base a la justicia social y el compromiso para conseguir una relación equitativa entre géneros.

Podemos incorporar el enfoque de género en el ocio del colectivo adolescente siguiendo las recomendaciones metodológicas que se resumen, a modo de lemas, en la siguiente **infografía**:

CONSEJOS METODOLÓGICOS PARA
TRABAJAR CON ADOLESCENTES
CON PERSPECTIVA DE GÉNERO



RECOMENDACIONES METODOLÓGICAS PARA
TRABAJAR CON ADOLESCENTES



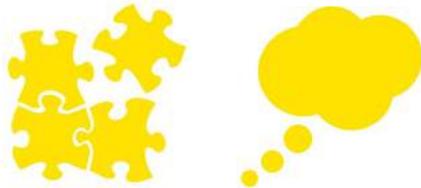
MUSAS

ACTIVIDADES
INTRODUCTORIAS





ADIVINA EL TÉRMINO



Esta dinámica pretende acercar al colectivo joven conceptos clave en materia de género de manera lúdica y divertida. La participación puede ser individual o puede dividirse al gran grupo en dos o más subgrupos. A cada participante/grupo, se le hace entrega de un pulsador. Este puede ser una sartén con una cuchara de madera, unas conchas de vieira, bocinas, un par de palos..., cualquier elemento doméstico que produzca sonido al primer movimiento. En favor de hacer la dinámica en un formato que pueda ser más atractivo para la participación de la juventud, se recomienda simular la dinámica de un programa-concurso de la televisión.

La persona facilitadora de la actividad irá proporcionando pistas sobre un término a adivinar. Estas pistas serán pedazos incompletos de la definición o ejemplos de los términos a adivinar. Cuando una persona o grupo participante crea conocer el término que se está presentando, debe accionar su pulsador para probar suerte con su respuesta. Si la respuesta ofrecida por el grupo/participante no es la correcta, existe la posibilidad de 'rebote' para el resto de equipos/personas. Cuando alguien acierte con la respuesta correcta, la persona facilitadora de la actividad explicará con más detalle el concepto apoyándose en imágenes o infografías que lo ilustren para reforzar su asimilación, invitando a las personas participantes a intervenir compartiendo sus reflexiones y experiencias.

Materiales:

- Ordenador + proyector + soporte para proyectar o infografías impresas.
- Pulsadores

Duración:

A partir de 1 hora.

Espacio:

Se recomienda un espacio cómodo acondicionado con mesas y sillas.

Personas destinatarias:

Para personas de edades entre los 12 y los 17 años. Sin límite de participantes.

Se puede aprovechar el momento de resolución del término para presentar y desechar los falsos tópicos existentes alrededor del mismo.

Pongamos por ejemplo que el término a adivinar es "micromachismo". Las pistas a dar podrían ser:

1. Es una forma de violencia sutil o cotidiana que pasa desapercibida y perpetúa la desigualdad de las mujeres frente a los hombres y está en la base de la pirámide de otras violencias más evidentes.
2. Un chiste machista como '¿qué hace una mujer fuera de la cocina? Turismo' o dichos del estilo 'mujer al volante, peligro constante' fomenta esta violencia cotidiana.
3. El icono del baño de hombres y mujeres es otro ejemplo de esto: el icono del cambiador está en el de las mujeres.
4. Son ejemplos de expresión de esto comentarios o pensamientos como: 'es un tipo con carácter' dirigido a un chico/ 'seguro que está en esos días...' dirigido a una chica ante una muestra de enfado', 'si María liga mucho es una puta, si lo hace Manuel es un 'donjuán'.

Y se podrían emplear los siguientes recursos:

Cuando alguien acierte con la respuesta correcta, se mostrará **esta imagen con la definición del término** y a continuación **esta infografía** con ejemplos del mismo, a partir del cual podemos animar a que cada participante comparta sus vivencias al respecto.

Propuesta de términos con su correspondiente listado de pistas e imágenes que ilustran el concepto:

PATRIARCADO

(1) Término que históricamente se ha usado para designar la organización social en la que el varón cabeza de familia es quién ejerce el poder y es dueño del patrimonio. En su sentido literal significa 'el gobierno de los padres'.

(2) Actualmente se usa para referirse a todo tipo de organización social en la que el hombre tiene una situación de supremacía sobre la mujer.

(3) Es un concepto que recoge la situación de poder y privilegios de los que gozan los hombres y la opresión y discriminación que ejercen sobre las mujeres en nuestra sociedad.

(4) Es un sistema instaurado en nuestra sociedad cuyos mecanismos se van introduciendo en el inconsciente de las personas a lo largo de sus vidas, consiguiendo que se naturalicen o normalicen. Esta forma de subordinación de la mujer frente al hombre se evidencia, por ejemplo, en los cánones estéticos y en los roles de género.

(5) Algunas de las características con las que se presenta en la actualidad son: la división sexual del trabajo y la brecha salarial, la justificación de acosos y violencias y poniendo el foco y cuestionando a la víctima, los roles de género con los que nos educan, etc.

(6) No es un caso aislado, se llama... «PATRIARCADO». Las violencias y discriminaciones que sufren las mujeres (también los hombres que no cumplen con los roles de género que la sociedad entiende que les corresponden y a otras identidades de género) no son casos particulares. Existe un sistema estructural detrás que, aunque se nos presenta de diversas maneras según nuestra clase social, orientación sexual, procedencia..., tiene el mismo fondo.

Imagen extraída del perfil de twitter de Ana Profe Flute

(<https://twitter.com/profefruta/status/632302973696217088?lang=fi>)

Imagen de Café Feminista Huelva (https://1.bp.blogspot.com/-jthJ_59alcE/WHFMGN8YwGI/AAAAAAAAABBY/RUS934V0mpIMbYc86keBzqM7AbAgpZDJgCLcB/s1600/PATRIARCADO.jpg)

FEMINISMO

- (1) Es un movimiento social, político, ideológico y filosófico que busca romper con las desigualdades por una determinada razón.
- (2) Su objetivo es liberarse de los patrones patriarcales procurando la igualdad de oportunidades a través de la equidad entre las personas, es decir, teniendo en cuenta las condiciones de las que parte cada quién.
- (3) Movimiento que supone la toma de conciencia de la opresión patriarcal que sufren las mujeres lo cuál las mueve a la acción para la liberación de su sexo con todas las transformaciones de la sociedad que aquella requiera.
- (4) Uno de los primeros logros de este movimiento fue la consecución del derecho a voto también para las mujeres, y, desde entonces, no ha dejado de luchar por la igualdad legal y social para las mujeres.
- (5) Es un movimiento social que pide para la mujer el reconocimiento de unas capacidades y unos derechos que tradicionalmente han estado reservados para los hombres. Es decir, busca la igualdad de derechos reales entre sexos.

Imagen extraída del perfil de Twitter de @nachoanon

<https://mobile.twitter.com/Nachoanon/status/1105079240200986625>

Imagen extraída de la web cuantarazon.com.

<https://www.cuantarazon.com/1001934/no-confundir-lo-que-algunos-dicen-con-la-verdad>

ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

- (1) Son el conjunto de ideas generalizadas o creencias construidas socialmente que dictan cómo deben ser, qué papel les corresponde desempeñar la sociedad y cómo han de relacionarse hombres y mujeres.
- (2) Un ejemplo de esto es: la mujer debe ser cuidadora, delicada, guapa, pasiva y el hombre fuerte, valiente, líder, independiente...
- (3) La diferencia en cómo se presentan a personajes como Cenicienta o Blancanieves frente a Superman o Batman.

Imagen extraída de la web de la Asociación Rea.

<https://www.asociacionrea.org/wp-content/uploads/2019/12/estereotipos-HM-1.png>

SORORIDAD

(1) Palabra que proviene del latín 'soror' que significa hermana.

(2) Una de las prácticas frecuentes del patriarcado ha sido mantener lejos a las mujeres unas de las otras: 'divide y vencerás'. Nos inculcan sentimientos negativos hacia otras mujeres, competitividad, envidia, venganza. Este término propone lo contrario.

(3) Busca la alianza y el apoyo mutuo entre mujeres para contribuir con acciones específicas para lograr la igualdad a través del empoderamiento femenino. O, en palabras de la antropóloga y política mexicana Marcela Lagarde (selección de artículos de la web www.mujiresenred.net: <https://www.mujiresenred.net/spip.php?auteur457>), una de las máximas estudiosas y promotoras del concepto en español, que lo define como "el apoyo mutuo de las mujeres para lograr el poderío de todas".

(4) Este concepto implica dejar de ver a otras mujeres como la competencia, sinó como la alianza. Por ejemplo: ante una infidelidad, dejar de asignar la culpabilidad a las 'zorras roba-homes', pues para que eso ocurra se necesitan dos personas y es tu pareja la que debe responder a los acuerdos que habéis estipulado en vuestra relación.

(5) Un caso de aplicación práctica del concepto es no permitir justificaciones de acoso o violencia hacia otras mujeres ni dudar de sus testimonios. Desechar completamente el pensamiento de 'ella lo buscó' y darle el apoyo y ayuda que le puedas ofrecer.

(6) Aplico este concepto cuando erradico de mí misma: criticar, ofender, burlar, incriminar, generar cotilleos, violentar, atacar, humillar, juzgar, excluir... a otras mujeres.

Imagen extraída del perfil de Facebook de Anigram.

<https://m.facebook.com/anigrammx/photos/a.1731313573822835/2390776441209875/?type=3&source=57>

Imagen extraída del Facebook del Instituto Estatal de Mujeres de Nuevo León.

<https://www.facebook.com/MujeresNL/photos/practicar-la-sororidad-es-una-tarea-de-todas-las-mujeres-as%C3%AD-como-promoverla-ent/1095544147491107/>

PIONERAS

(1) Persona que da los primeros pasos en alguna actividad humana.

(2) Mujeres que rompieron con los moldes establecidos y abrieron caminos nunca antes transitados por mujeres.

(3) Concepción Arenal (la primera mujer en asistir a una universidad española cuando el acceso a la misma no estaba permitido para las mujeres y tuvo que hacerlo con vestimenta masculina) puede ser ejemplo de esto.



Post excláido del perfil do Facebook de la artista Eva Casais.
<https://www.facebook.com/evacasais.art/posts/136727515125143/>

TECHO DE CRISTAL

(1) El hecho de que apenas conozcamos a presidentas del gobierno o directoras de multinacionales tiene que ver con esta realidad.

(2) Es una barrera invisible, muy difícil de sobrepasar, que dificulta que las mujeres, a pesar de tener la misma cualificación y méritos que sus compañeros, accedan a los altos puestos de poder de las organizaciones, la política y las empresas.

(3) Una de las causas por las que se da este fenómeno es la creencia estereotipada de que les corresponde a las mujeres el cuidado del hogar y de la familia, por lo que se presume que ellas tendrán que lidiar con la conciliación laboral y familiar, mientras que ellos van a tener un mayor compromiso laboral por estar liberados de esto y menos ausencia laboral. Esto se traduce en que desde las empresas penalizan a las mujeres por ser madres.

(4) Algunos de los estereotipos que configuran este concepto son: "las mujeres temen ocupar posiciones de poder", "a las mujeres no les interesa ocupar puestos de responsabilidad", "las mujeres no pueden afrontar situaciones difíciles que requieran autoridad y poder", "ellas están menos preparadas", "las mujeres son emocionales y no tienen aptitudes de liderazgo, a diferencia de los hombres que son más racionales"... convirtiendo a las mujeres en 'no elegibles' para puestos de poder y responsabilidad.

(5) Otro factor importante para que este fenómeno se dé es la ausencia de referentes femeninos que rompan con él y que las propias mujeres asuman este estereotipo interiorizándolo, repitiéndolo casi sin cuestionarlo y como si fuese resultado de elecciones propias.

Glosario feminista de la web archivofeminismosleon.org.
<https://www.archivofeminismosleon.org/glosario-feminista/>

Imagen extraída del perfil de Twitter de "Promoción política de la mujer".
<https://twitter.com/ppmnacional/status/1359176283171786759>

COSIFICACIÓN

(1) Es una forma de violencia machista difícil de identificar.

(2) Lo encontramos diariamente en anuncios publicitarios, en el cine, en la letra de canciones, en el trato periodístico que reciben las mujeres, en los disfraces infantiles y en las ofertas lúdicas y de juguetes para niñas y niños, algunos uniformes escolares, en las ofertas laborales y en los uniformes de algunos establecimientos, en el vocabulario, etc.



(3) Una de sus consecuencias es que hace que se instale en el imaginario individual y colectivo la idea de que las mujeres están a disposición de ser utilizadas cuándo y cómo convenga, y, además, que ellas no tengan nada que decir.

(4) Es el uso que se hace de la mujer, del concepto de mujer o de su imagen, total o parcial, para fines que no la dignifican como ser humano. Esta práctica deshumaniza a las mujeres y las muestra como cosas, objetos no pensantes que pueden ser expuestos, explotados y utilizados como se desee. La forma más frecuente es la de índole sexual, que convierte a la mujer en un objeto sexual a disposición del hombre.

Abecedario feminista de la ilustradora esCarolota, extraído de la web culturainquieta.com.

<https://culturainquieta.com/es/arte/ilustracion/item/13917-a-de-alergia-al-machismo-el-abecedario-feminista-de-escarolota.html>

Vídeo de la campaña sobre la cosificación de la Red de actrices chilenas.

<https://www.youtube.com/watch?v=IRPIHVlj1-4>

AMOR ROMÁNTICO

(1) Es una de las herramientas más potentes para controlar y someter a las mujeres.

(2) Lo venden como la relación ideal a la que debemos aspirar y parte del supuesto de que a mí me faltan cosas que otro tiene que completar.

(3) Defiende los celos como demostración de amor, la necesidad de encontrar a tu media naranja, *amores reñidos los más queridos*, la pasión eterna, el amor puede con todo y es para siempre, etc.

(4) Puede verse en muchas obras literarias y cinematográficas presentando el proceso de relación de pareja segundo esta secuencia: Amor deslumbrante (a primera vista), conquista, entrega apasionada interrumpida por terribles infortunios, malentendidos, obstáculos de toda clase, y después de grandes sacrificios, pruebas de amor y de fusión con el otro, el final feliz donde todo se aclara y se encamina hacia una gloriosa felicidad.

Noticia del periódico micciudadreal.com e imagen de la Asamblea Feminismos Ciudad Real. <https://www.micciudadreal.es/2015/02/09/no-cuentos-cuentos-feminismos-se-concentrara-el-dia-de-san-valentin-en-contra-del-amor-romantico/>



2

TUTTIFRUTTI CON NOMBRE DE MUJER



Es una versión del clásico juego que tiene varias denominaciones a lo largo de la geografía mundial y que más tarde se comercializó bajo el nombre de "Scattergories". Se trata de intentar escribir en un tiempo determinado el mayor número de palabras o referencias posibles relacionadas con un listado de categorías previamente establecido y que empiecen por la misma letra.

Solo se necesita un folio y un lápiz o bolígrafo por persona participante. En el folio se escriben en columnas las categorías que queremos trabajar: mujeres deportistas, mujeres científicas, mujeres actrices, mujeres escritoras, mujeres políticas... A la voz de "ya" una de las personas empieza a deletrear para sí misma el abecedario y parará cuando otra persona diga "Para!": la letra en la que se detuvo será la inicial por la que tendrán que empezar los nombres de las mujeres a escribir en cada una de las categorías escogidas. Será el grupo quien decida si será el nombre de pila, el apellido, el pseudónimo, o cualquiera de estas opciones, el válido para completar el listado. Cuando la persona que escogió letra diga el alto "Tiempo!", empezará el juego. La ronda termina cuando una de las personas jugadoras grite "Tutti frutti!" y cuente hasta diez. Al terminar de contar, se pasará a anotar las puntuaciones por cada categoría:



MUSAS

Materiales:

Folios y bolígrafos o lápices.

Duración:

30 minutos.

Espacio:

Se recomienda un espacio cómodo acondicionado con mesas y sillas.

Personas destinatarias:

Para grupos de hasta 16 personas, de edades entre los 12 y los 17 años.



- 0 puntos: si no se ha escrito nada o si el nombre no es válido o es incorrecto.
- 5 puntos: si el nombre es válido pero lo ha escrito más de una persona.
- 10 puntos: si el nombre es válido, pero hay más personas con esa categoría completada con otras mujeres distintas.
- 20 puntos: si el nombre es válido y ninguna otra persona jugadora ha completado la categoría.

Se suman los puntos y se empieza de nuevo con la elección de una nueva letra de la misma manera que se detalló anteriormente. Si la letra ya ha salido, se repite el procedimiento hasta dar con una letra nueva.

Se pueden jugar las rondas que se quieran. Al finalizar, se suman todos los puntos de todas las rondas y gana quien más obtenga.

Se puede aprovechar para presentar a las mujeres que hayan salido referenciadas en el juego y que no son conocidas por parte del grupo.

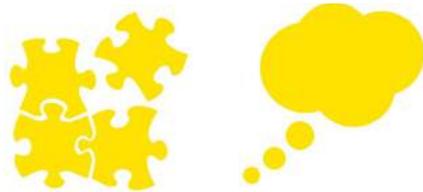
Puede ser usado en espacios de ocio y en el ámbito educativo o familiar, o como actividad introductoria en sesiones de profundización, para evidenciar el conocimiento (amplio o pequeño) que se tiene sobre referentes femeninas en distintos ámbitos o profesiones. Se puede plantear la pregunta: "¿qué pasaría si jugásemos con referencias masculinas?".

3

BARÓMETRO DE VALORES



MUSAS



Se trata de una actividad lúdica muy eficaz para introducir el tema de las dinámicas de género con tu grupo de trabajo: en primer lugar, permite empezar a conocer los puntos de vista de las participantes, a "medir" (de ahí el nombre de "barómetro") las ideas de partida, conocimientos y posicionamientos de cada cuál respecto al tema que se propone.

Además, al presentarse en forma de juego grupal, las participantes se sentirán animadas a expresarse sin temor al juicio de las demás. Por último, esta actividad también es muy útil para el propio grupo, ya que permite que cada cuál conozca el punto de vista de las demás.

Acciones preliminares

Si en la sala que se está utilizando hay mesas y sillas, libera el espacio para tener una zona amplia libre de obstáculos. Luego, con cinta de papel, folios y rotuladores, la persona conductora creará una especie de barómetro en el suelo: una línea graduada con cinta adhesiva; en cada grado, colocará un folio con los siguientes escritos bien visibles a rotulador: "totalmente en desacuerdo", "un poco en desacuerdo", "indiferente", "bastante de acuerdo", "muy de acuerdo".

Materiales:

Cinta de papel, folios y rotuladores.

Duración:

30 minutos para la preparación, 30 minutos para la actividad..

Espacio:

Una sala espaciosa.

Personas destinatarias:

Personas adultas y jóvenes a partir de 14 años.



La persona conductora también deberá realizar una investigación preliminar y recopilar datos sobre: las desigualdades de género en el mundo laboral y en los diversos sectores del arte; los estereotipos de género más extendidos; debates relacionados con la feminización de roles profesionales, etc.. recogidos de encuestas e investigaciones recientes. Luego las reescribirá en forma de afirmaciones, como "Las cuotas de mujeres son necesarias para superar las diferencias de género", o "Una mujer debe elegir entre la familia y la carrera". Se pueden elegir afirmaciones muy detalladas y precisas, o algunas más graciosas y genéricas, como: "Hay profesiones de hombres y profesiones de mujeres".

Después de estos pasos preparatorios, se puede comenzar la actividad real con el grupo. Una tras otra, la persona conductora presenta al grupo las afirmaciones seleccionadas y anima a las participantes a posicionarse en el barómetro según su grado de acuerdo o desacuerdo con la afirmación presentada. La conductora invita a todo el mundo a posicionarse de manera bastante instintiva, sin pensar demasiado y luego, una vez que se han posicionado, podrá promover una breve reflexión y discusión sobre lo que surja: ¿hay homogeneidad entre el posicionamiento de las participantes? ¿Hay alguna posición que esté alejada de las demás? ¿Qué creencias caracterizan a los miembros del grupo? ¿Hay algún aspecto que deba ser explorado para aclarar mejor el tema propuesto?

Puede ser muy útil para la persona conductora registrar el progreso del juego, a través de una cuadrícula en la que indicar las posiciones de las diversas declaraciones: esto permitirá tener un seguimiento de los valores iniciales que caracterizan al grupo y calibrar con mayor precisión las próximas actividades a proponer. A partir de lo surgido, quien conduce podrá definir mejor en qué aspectos profundizar y cuáles desarrollar.



4



MUSAS

JUEGOS DE MESA CON MIRADA VIOLETA



Proponemos un listado de juegos de mesa con mirada feminista para ser empleados en espacios de ocio juvenil y en el ámbito educativo o familiar. También se pueden utilizar como actividad introductoria en sesiones de profundización.

Materiales:
Juegos de mesa.

Duración:
Cada juego tiene su duración correspondiente.

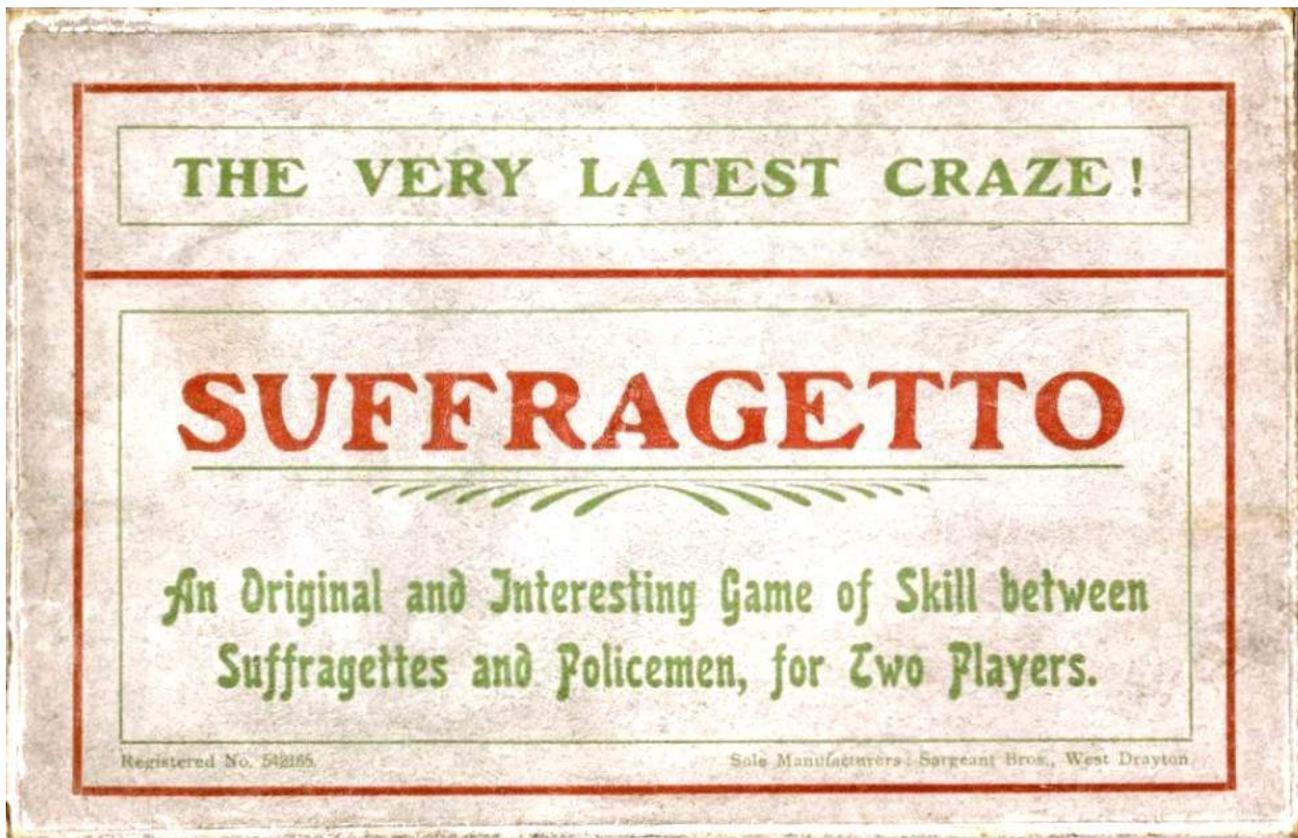
Espacio:
Espacios cómodos acondicionados con mesas y sillas.

Personas destinatarias:
Consultar cada juego.



Suffragetto

- **Número de personas:** 2
- **Edad:** a partir de 14 años
- **Duración:** 30 minutos
- **Autoría:** WSPU
- **Ilustraciones:** N/A



Es un juego de mesa publicado en el Reino Unido en 1908 por la Unión Social y Política de las Mujeres (WSPU) cuyo objetivo era representar la ideología feminista como apoyo al movimiento de las sufragistas.

Puede servir para dar a conocer la lucha feminista de comienzos del siglo XX.

Actualmente no se comercializa, pero existe la versión en "Print&Play" en este link: <https://www.playsuffragetto.com/print>.

Más información: <https://www.playsuffragetto.com/>.

Nobel run

- **Número de personas:** 2-4
- **Edad:** a partir de 10 años
- **Duración:** 30 minutos
- **Autoría:** Pablo Garaizar y Lorena Fernández, en el marco del proyecto Gearing Roles de la Universidad de Deusto.
- **Ilustraciones:** Iñigo Maestro



Nobel Run es un juego de cartas, de construcción de mazos más concretamente, cuya misión consiste en que tu grupo de científicas e inventoras consigan ganar el Premio Nobel construyendo una gran carrera profesional a medida que se gestiona un equipo de investigación, se publican artículos, se consiguen fondos y financiación...

Más información: <https://gearingroles.eu/nobel-run/>

Little office

- **Nº de personas:** 1-10
- **Edad:** +4 / +7 / +9
- **Tiempo:** 10-30 minutos
- **Editorial:** Little Revolutions.
- **Autoría:** Marta Escarrà y Cristina Vila
- **Ilustraciones:** Marta Escarrà



Little Office tiene cinco modalidades de juego, en los que se desechan los estereotipos de género en oficios y profesiones: "Equimemo" es un juego de memoria; "Equimim" es un juego de mímica; "Oficio violeta" en el que se emparejan cartas; "Skiboo", de resolución de retos; y "Equipic", juego de dibujar.

Más información: <https://little-revolutions.com/comprar-little-office-2/>

Herstóricas pioneras

- **Número de personas:** 2 a 99
- **Edad:** a partir de 4 años
- **Duración:** 10 minutos
- **Editorial:** Herstóricas
- **Autoría:** N/A
- **Ilustraciones:** Autoras de Cómic



Es un juego de mesa formado por 60 cartas (30 personajes femeninos del estado español), en el que, a través de varias modalidades de juego (de memoria, de rapidez, de adivinar), se visibiliza las aportaciones de las mujeres que fueron abriendo camino en la historia.

Más información: <https://herstoricas.com/>

<https://mujeresconciencia.com/2019/01/11/juego-de-cartas-herstoricas-pioneras/>

Las brujas de Farrabús

- **Número de personas:** 1-4
- **Edad:** a partir de 6 años
- **Duración:** 30 minutos
- **Editorial:** Ekilikua
- **Autoría e ilustraciones:** Eneko González



Es un juego cooperativo que consiste en deshacer el hechizo que el príncipe azul del Reino de Farrabús solicitó al mago para que su prometida la princesa se comportase como las princesas de los cuentos y que, erróneamente, acaba afectando a todas las personas de la aldea. Con la ayuda de las brujas las personas jugadoras tendrán que conseguir los elementos mágicos para revertir el conjuro.

Más información: <https://www.ekilikua.com/juegos/juegos-cooperativos/las-brujas-de-farrabus>

Feminismos reunidos

- **Número de personas:** 2-10 (por equipos)
- **Edad:** a partir de 14 años
- **Duración:** 60 minutos
- **Editorial:** Sangre Fucsia
- **Autoría:** Sangre Fucsia



Una versión del famoso Trivial con preguntas sobre el movimiento feminista distribuidas en seis categorías:

- **Academia:** Grandes referentes teóricas.
- **Calle:** Movimientos sociales y activismo.
- **Cuerpos:** Sexualidad, salud, LGTBQ y transfeminismos.
- **Cultura:** Aportaciones de mujeres en el ámbito cultural.
- **Derechos:** Avances en materia legal, política y de derechos.
- **Herstory:** Biografías de mujeres importantes y normalmente invisibilizadas.

Más información:

<https://sangrefucsia.wordpress.com/feminismos-reunidos/>

Romperoles

- **Número de personas:** 2-10 (por equipos)
- **Edad:** a partir de 12 años.
- **Duración:** 20 minutos
- **Editorial:** Apunts
- **Autoría:** Apunts



Es un juego de cartas que tiene como objetivo educar para la igualdad de género a través del lenguaje y de la terminología feminista que ayudará a reconocer situaciones y/o actitudes que suceden a diario y que sufren las mujeres.

Este producto se realiza en Apunts, un centro especial de trabajo.

Más información: <https://shopapunts.org/es/igualdad-de-g%C3%A9nero/romperoles.html>.

El misterio de las mujeres invisibles

- **Número de personas:** 1-5
- **Edad:** a partir de 7 años
- **Duración:** 30 minutos
- **Editorial:** Ekilikua
- **Autoría e ilustraciones:** Eneko González

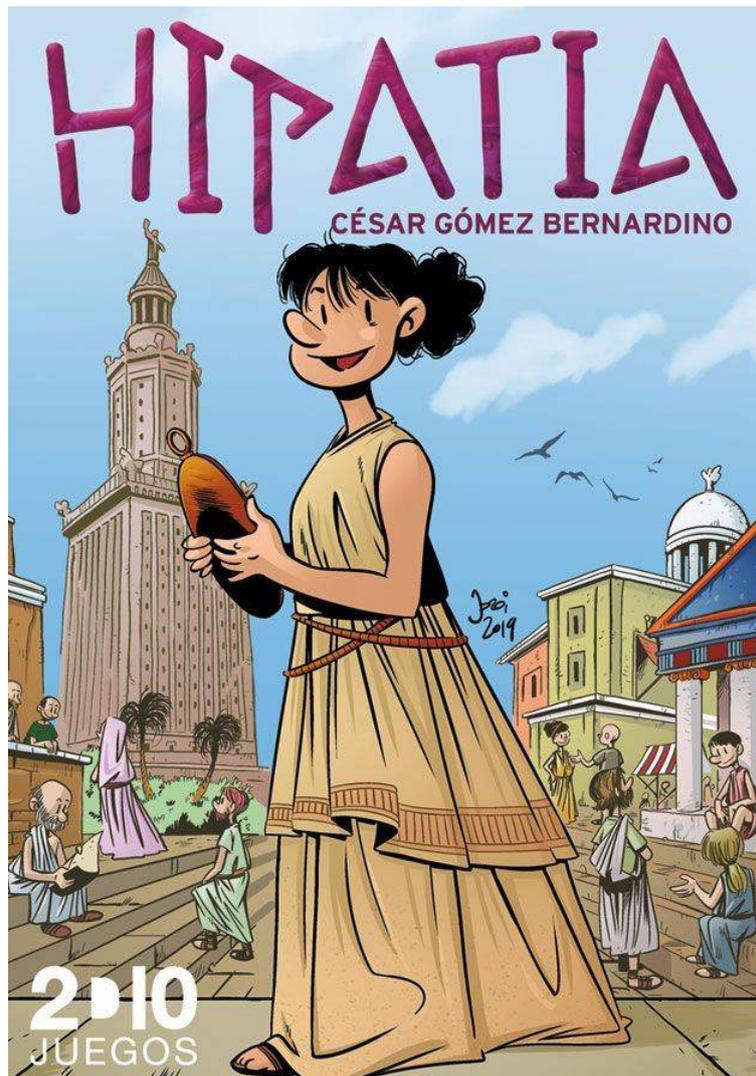


Presenta seis formas de juegos en los que tendremos que resolver distintos retos de manera cooperativa para visibilizar a importantes mujeres de diferentes épocas en el Museo de Historia y Arte Universal: estrategia, dados, cartas, memoria, observación...

Más información: <https://www.ekilikua.com/juegos/juegos-cooperativos/el-misterio-de-las-mujeres-invisibles>

Hipatia

- **Número de personas:** 2, 3, 4
- **Edad:** a partir de 12 años.
- **Duración:** 30 minutos
- **Editorial:** 2D10Games
- **Autoría:** César Gómez Bernardino



Es un juego de cartas de mayorías donde se compite para ser discípula de la célebre filósofa Hipatia de Alejandría.

Más información: <http://www.2d10juegos.com/portfolio/hipatia/>

Cósmica

- **Número de personas:** 2-4
- **Edad:** a partir de 14 años
- **Duración:** 30 minutos
- **Autoría e ilustraciones:** Claudia Palazón Añón

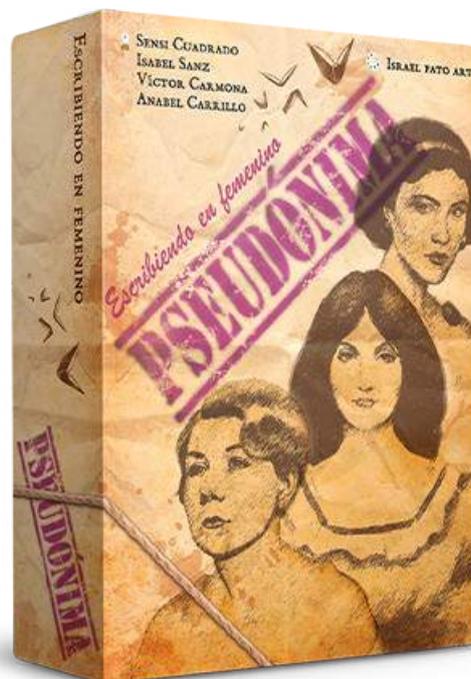


Se trata de un juego creado por una estudiante como Trabajo de Fin de Grado de Diseño Integral y Gestión de la Imagen de la Universidad Rey Juan Carlos, que hace un recorrido por la historia del feminismo y la mujer, lleno de obstáculos y preguntas. Funciona a través del chatbot, al que se puede acceder desde el Messenger de Facebook, el que se va guiando a las personas jugadoras por el tablero.

Más información: <https://graffica.info/cosmica-un-juego-de-mesa-feminista/>

Pseudónima y Pseudónima II: escribiendo en femenino

- **Número de personas:** 2, 3, 4
- **Edad:** a partir de 8 años
- **Duración:** 30 minutos
- **Editorial:** Tero ediciones.
- **Autoría:** Isabel Sanz, Sensi Cuadrado, Víctor Carmona, Anabel Carrillo
- **Ilustraciones:** Israel Pato Art



Se trata de un juego de cartas de roles ocultos en el que hay que adoptar un pseudónimo para crear combinaciones de escritoras y, con sus influencias, crear una obra mejor que la del resto.

Este juego es un recurso para enseñar literatura a la vez que se reivindica la figura de mujeres relevantes.

Más información:

<https://www.teroediciones.com/tienda/pseudonima-ii-escribiendo-en-femenino/>

Otros juegos:

Rompetabús:

<https://shopapunts.org/es/juegos-regalos/juegos/rompetabus.html>

Mujeres con ciencia:

<http://mujeresconciencia.com/app/uploads/2019/02/imagenes-cc.pdf>

Recursos y fuentes:

<https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/juegos-de-mesa-educar-igualdad-de-genero/>

<https://www.serpadres.es/3-6-anos/educacion-desarrollo/fotos/juego-de-mesa-que-educan-en-el-feminismo-y-la-igualdad-951580815253/5>

<https://bebeamordor.com/juegos-de-mesa-y-equidad-de-genero/>

https://www.ivoox.com/plap-02-patriarcado-no-gracias-con-anucaica-audios-mp3_rf_43947553_1.html



5



MUSAS

¿QUIÉN ES ELLA?



Se trata de construir una versión feminista del clásico juego "Quién es quién". Existen algunas opciones en el mercado, pero lo interesante de la propuesta es que el grupo de adolescentes investigue y haga una selección propia de mujeres a las que homenajear a través del juego. Una vez construido, puede ser usado en espacios de ocio y en el ámbito educativo o familiar.

El juego estará formado por dos tableros con ventanas rebatibles con retratos de diferentes mujeres (los mismos retratos pero colocados en disposición distinta) y tarjetas duplicadas con estos retratos. Cada jugador/a escoge al azar una de estas tarjetas: será la mujer que la persona oponente tendrá que adivinar a base de formular preguntas cuya respuesta sea "sí" o "no" y descartando aquellas mujeres que no respondan a las características que se van descubriendo. Lo importante de esta propuesta es que las preguntas harán referencia a sus logros, no a su apariencia física.

La propuesta se desarrolla en tres sesiones de tres horas cada una.

SESIÓN 1: investigación

Se propone que investiguen y seleccionen a 28 mujeres relevantes en la historia por sus logros, con la consigna de que sean mujeres de diferentes nacionalidades, profesiones, épocas históricas... Cuanto más variedad, mejor.

Materiales:

Internet, cartón y cartulinas blancas, pinturas acrílicas, rotuladores, lápices, gomas, cúter, tijeras, cola o pegamento, impresora (opcional).

Duración:

3 sesiones de 3 horas.

Espacio:

Se recomienda un espacio cómodo con mesas y sillas..

Personas destinatarias:

Para grupos de hasta 16 personas, de entre 12 y 17 años.



Cuando se tenga la selección hecha, se hará un vaciado de datos para consensuar qué categorías de información queremos que se reflejen en los elementos de juego, pues tienen que ser las mismas para todas las mujeres. Algunas ideas son: procedencia, ámbito profesional, siglo en el que vivió, logros particulares...

SESIÓN 2: diseño y construcción del juego

Opción a)

La opción más sencilla y rápida es aprovechar los tableros del juego "Quién es quién" propiamente dichos: hay versiones muy baratas y solo habría que elaborar las tarjetas nuevas con las dimensiones apropiadas y reemplazarlas. Para hacer las tarjetas hay que imprimir los retratos o dibujarlos y añadir de manera sintética la información que se quiere destacar de las mujeres junto con su nombre. En paralelo, se elaboran las tarjetas de mano con estos mismos datos pero en las que se puede ampliar con información más detalladamente.

Para facilitar la recogida de datos, se pueden diseñar símbolos para las distintas categorías de información: nacionalidad con un globo terráqueo, época histórica con un reloj de arena...



Opción b)

Si queremos construir el juego desde cero de una manera sencilla, necesitamos además cartón liso, cúteres y pegamento.

Diseñamos el tablero en el que dibujaremos o pegaremos el retrato de las mujeres con sus datos en cuatro filas de siete con una separación de al menos dos centímetros entre ellas en todas las direcciones. Se recortan con el cúter con calma por el extremo derecho, izquierdo y superior, de forma que se puedan levantar como si fuesen solapas y marcamos la doblez con cuidado. Este tablero se pega al revés a otro cartón con las mismas dimensiones, procurando dejar libres las solapas con los retratos de las mujeres: de esta manera, las solapas se podrán levantar dejando visibles los retratos. Este proceso se duplica para disponer de dos tableros, uno por persona jugadora. Hay que acordarse de disponer los retratos en distintas posiciones. Las tarjetas de mano se elaboran de la misma forma que lo comentado en la opción a).

Imágenes para inspirarse:

<https://playeress.com/products/paper-whos-she-game>

SESIÓN 3: continuación de la construcción del juego y testeo

A lo largo de esta sesión, se puede terminar el trabajo iniciado en la sesión 2.

Una vez finalizado el proceso de construcción, se testeará el juego para comprobar que todo funciona bien y poder hacer las adaptaciones oportunas en el caso de ser necesaria alguna mejora.



MUSas

**ACTIVIDADES
DE ANÁLISIS Y
PROFUNDIZACIÓN**





TEATRO DE LA OPRIMIDA CON PERSPECTIVA DE GÉNERO



¿Qué es el teatro de la Oprimida?

"El Teatro de la Oprimida, en adelante Td'O, es un método que se desarrolla en diferentes técnicas que comparten el fin común de promover y apoyar acciones para emancipar la opresión de individuos y grupos¹". El nacimiento y desarrollo del Td'O está ligado a la figura de Augusto Boal². Los ejercicios y juegos desarrollados por él son útiles en contextos de educación no formal, ya que apuntan a la concienciación y empoderamiento de las personas

participantes en un contexto formativo no autoritario, en el que el "teatro" no pretende ser solo un resultado estético que mostrar a un público, sino que el teatro es en sí mismo el proceso creativo colectivo que se realiza.

El Td'O se compone de siete técnicas (Juegos-Ejercicios, Teatro-Imagen, Teatro-Fórum, Teatro-Periodístico, Teatro Invisible, Arco Iris del Deseo, Estética de la Oprimida) que tienen en común el objetivo de investigar las "opresiones" de los individuos y del grupo y escenificarlas para elaborar posibles soluciones de emancipación. El término "opresión" significa cualquier relación concreta entre individuos pertenecientes a diferentes grupos sociales que beneficia a un grupo a expensas de otro.

1 Gigli A., Tolomelli A., Zanchettin A., *Il teatro dell'oppresso in educazione*, Carocci Editore, 2011, Roma, p.28

2 Para profundizar sobre la biografía de Augusto Boal:
https://en.wikipedia.org/wiki/Augusto_Boal

Materiales:

Papel y lápices o rotuladores.

Duración:

1h30, incluso con más encuentros.

Espacio:

Espacio al aire libre o interior, siempre que sea acogedor y permita trabajar con tranquilidad.

Personas destinatarias:

Grupos con al menos 6 personas mayores de 15 años.

En este sentido, las técnicas del Td'O se prestan perfectamente para ser utilizadas para reflexionar sobre cuestiones relacionadas con los estereotipos y la discriminación de género, tanto con grupos de adolescentes como de personas adultas.

La **sesión** de Td'O se puede estructurar de la siguiente manera:



1. Una primera parte dedicada a ejercicios de "desmecanización": se trata de juegos sencillos que permiten romper todos aquellos automatismos que caracterizan los movimientos del cuerpo y, en consecuencia, ayudan también a entrenar la creatividad cognitiva y la descentralización³. Se puede comenzar con el ejercicio de "La cruz y el círculo": se pide a las personas participantes que hagan un círculo con la mano derecha. Luego se les pide que hagan una cruz con la mano izquierda. Nadie debería tener dificultad para hacerlos. Luego, sin embargo, se le pide que haga las dos cosas al mismo tiempo: es casi imposible, pero ciertamente la dificultad creará una sensación de hilaridad general. Para continuar con la desmecanización, la persona conductora puede proponer el juego

³ Un compendio útil de los ejercicios disponibles se puede encontrar en Boal A., *Giochi per attori e non attori*, Dino Audino Editore, Roma, 2020.

"1, 2, 3 de Bredford": se divide el grupo en parejas; cada pareja deberá contar en voz alta del uno al tres, diciendo un número cada uno/a y repitiendo la cuenta hasta que la conductora la detenga. Esto quiere decir que los miembros de la pareja no tendrán un número fijo que pronunciar, sino que, por ejemplo, el primero tendrá que decir: "Uno, tres, dos, uno, tres, dos, uno, etc.", mientras el segundo dirá: "Dos, uno, tres, dos, uno, tres, dos, etc.". Esta simple actividad, que parece obvia, resultará exigente en sí misma. En este punto, la persona conductora invitará a cada pareja a reemplazar gradualmente los números de conteo con un gesto + sonido (no debe tener un significado, por ejemplo: aplausos + "aaaah", o golpear con el pie + "iboom!"). Primero se sustituirá el número uno, luego el número dos y finalmente el número tres. El efecto final no solo será muy coreográfico y divertido, sino que las personas participantes habrán tenido la oportunidad de calentar y activar el cuerpo y la mente (unos 15 minutos).





2. Una segunda parte dedicada a la exploración del tema elegido (por ejemplo "estereotipos de género", "dinámicas de poder", "discriminación", "manifestaciones de violencia", etc.) a través del cuerpo. Las técnicas del teatro de imagen son muy efectivas: se puede comenzar con el juego de "Imágenes corporales improvisadas", en el que la persona conductora propone palabras significativas a las participantes, quienes tienen solo tres segundos para crear una estatua corporal que represente esa palabra. Las palabras propuestas inicialmente pueden ser genéricas, para permitir que todo el mundo entre en calor, y luego volverse cada vez más específicas con respecto al tema elegido. Esta técnica te permite superar rigideces mentales y lingüísticas, porque los conceptos pasan por el cuerpo. El ejercicio puede evolucionar después, poniendo en práctica simples modificaciones: por ejemplo, acercarse a quién creen que tiene la imagen corporal más cercana/lejana a la suya; dar un título a las imágenes creadas por otros/as; crear grupos de tres o cuatro e imaginar un contexto real en el que insertar esa imagen, etc. (20 minutos).

3. En este punto, se puede proponer una parte dedicada a la creación y la improvisación: trabajando en subgrupos de tres o cuatro personas, la persona conductora puede asignar un título a cada subgrupo que tendrá un tiempo para crear una imagen estática compuesta por las poses de los componentes individuales. Al finalizar el tiempo de preparación, cada grupo muestra a los demás (que se convierten en espectadores/as) la imagen creada, que en realidad representa una situación con personajes y roles, aunque, por el momento, estático. Después de que las espectadoras y espectadores hayan podido observar y comentar, se pasa a proponer dinimizaciones de la imagen: los personajes los estáticos cobran cada vez más vida, porque pueden encontrar un gesto que realizar, una palabra significativa que pronunciar, o relaciones que desarrollar con los otros personajes en el escenario, etc... Se puede llegar a una verdadera improvisación, que permite resaltar la representación e ideas que cada persona tiene del tema propuesto. Pero que también permite confrontar con la idea que tienen las demás participantes. (40 minutos);



4. Para concluir, la persona conductora invita a la reflexión sobre lo que se ha hecho/observado previamente, a través de la verbalización, el dibujo o cualquier otro sistema útil para recoger comentarios, impresiones y pensamientos de las personas participantes (15 minutos).

Si existe la posibilidad de programar un taller estructurado en varias sesiones, la persona conductora también puede proponer técnicas relacionadas con el Teatro Fórum, quizás el ámbito más importante y conocido del Td'O: se trata de crear verdaderas y propias escenas, nacidas de las propuestas de las personas participantes, que representan situaciones de opresión y en las que aparezca claramente un personaje oprimido. Es importante que las escenas nazcan de noticias, o de hechos reales, para no quedarse en un plano teórico, sino dando concreción a lo narrado en escena. Se puede pensar, por ejemplo, en esa amiga actriz que ha sido presionada y menospreciada por un director, o en una entrevista en la que a la cantante del momento solo se le hacen preguntas sobre su vida privada: ambas son situaciones concretas en las que se expresa una opresión. En el Teatro Fórum, los actores y actrices en escena asumen un papel (oprimidos/as, opresores/as, aliados/as, indiferentes) y cuentan teatralmente el episodio, mientras el público observa lo que sucede. En un momento dado, la persona conductora, en el papel de "Jolly", interrumpe la escena y anima al público a encontrar soluciones a la opresión, reemplazando al personaje oprimido en el escenario.

Es evidente cuán útil es esta técnica para confrontar puntos de vista y para encontrar los modos compartidos, no sólo para profundizar en los temas elegidos, sino también para pensar colectivamente en posibles soluciones.

Más ideas:

Otra técnica de Td'O muy eficaz, tanto para analizar y profundizar, como para difundir los temas elegidos, es la del Teatro Invisible: se trata de pequeños actos teatrales, realizados en contextos de la vida real, con la participación de espectadores/as que sin saberlo entran en la representación. A medio camino entre el experimento social y el flashmob, es una técnica recomendada para grupos ya muy unidos y con cierta experiencia teatral y permite realizar una verdadera investigación social sobre la forma en que las personas acogen y afrontan episodios de discriminación, violencia y opresión.

EL Td'O en Italia:

Krila:

<http://www.teatrodelloppresso.it/>

Es un colectivo de Formadores/as, Actores/actrices, Directores/as, Investigadores/as y Pedagogos/as que se ocupan del Teatro de la Oprimida. A lo largo de los años, el grupo se ha ido enriqueciendo con compañeros/as de viaje que han conocidos durante los cursos de formación sobre técnicas de Td'O y que han compartido ideas y proyectos para el desarrollo de este Método en los contextos de animación social, educación e investigación aplicada a prácticas de participación activa. Se creó así un nutrido grupo que, en torno al núcleo original, ha desarrollado numerosas experiencias y colaboraciones con entidades y asociaciones de la realidad boloñesa.

PARTECIPARTE:

<https://www.parteciparte.com/it/>

Es un grupo creado en Roma en 2008 con Olivier Malcor, Cinzia Papucci, Sergio Covelli, Luca Alessandrini, Iliaria Corbo y muchos otros. Olivier ha escrito una tesis sobre teatro invisible (2002) y ha aprendido el Teatro de la oprimida y el Teatro de Calle en América Latina y Estados Unidos (1999-2003). Lo ha practicado durante varios años en Marsella, Francia (2003-2005) y en África (2005-2007) para hacer frente a la violencia contra las mujeres y las niñas y niños. Ahora vive en Roma donde utiliza el TdO en diferentes ámbitos, particularmente en la lucha por los derechos de las personas refugiadas, las mujeres y los trabajadores y trabajadoras. Colabora con diversas asociaciones y ONG, escuelas y universidades.



GIOLLI:

<https://www.giollicoop.it>

La cooperativa nació en noviembre de 2008 de la anterior asociación Giolli, gracias al trabajo del presidente Roberto Mazzini. Se acercó al Td'O tras conocer a Augusto Boal y su metodología teatral, comenzando a proponer cursos de formación sobre Td'O. Giolli opera en todo el territorio nacional a través de: actividades de formación y práctica de TdO; trabajo con escuelas, prisiones, institutos psiquiátricos; actividades sobre: interculturalidad, inmigración, drogodependencias, adicciones, bullying; proyectos europeos sobre discriminación.





MANIFEST- ACCIÓN



Materiales:

- proyector y PC con conexión a internet;
- revistas o videos publicitarios como "equipaje de emergencia";
- pedazos de papel de embalar grandes (uno para cada participante);
- cinta adhesiva
- rotuladores, acuarelas, lápices y otros materiales para colorear;
- materiales para decoración (telas, algodón, lanas, otros materiales de reciclaje);
- cola blanca y cola caliente;
- smartphone.

Duración:

3 encuentros de 1 hora y 30 minutos + posible regreso para difundir los carteles producidos en la red o en algunos lugares físicos.

Espacio:

Sala libre o con grandes mesas móviles, pared blanca para proyectar y tomas de corriente para dispositivos.

Personas destinatarias:

Personas adultas y jóvenes, a partir de 14 años, hasta un máximo de 25 participantes. Ideal para colegios y grupos.

Se propone una actividad de análisis de la publicidad que encontramos a nuestro alrededor, asociado a una reelaboración creativa, con el objetivo de producir carteles significativos para difundir en la red o en lugares físicos de visibilidad pública.

El taller está inspirado en "*Her name is revolution*" ("*Su nombre es revolución*"), proyecto de arte público promovido por el grupo CHEAP, en particular con el trabajo de la artista Rebecca Momoli la cual, a través de carteles que representan los cuerpos de diversas mujeres, ha hablado de temas como la maternidad, la sororidad, el matriarcado en contraposición al patriarcado.

<https://www.cheapfestival.it/her-name-is-revolution-il-nuovo-progetto-di-arte-pubblica-di-cheap-con-rebecca-momoli-e-in-strada-a-bologna/>



Nos bombardean con imágenes publicitarias en muchas situaciones que frecuentamos en la vida diaria: en la red (en sitios web o en redes sociales), en papel impreso (folletos, revistas), en la televisión, por la calle (vallas publicitarias, pantallas de plasma, escaparates..).

Normalmente, estas imágenes utilizan la figura de la mujer para atraer o seducir, incluso cuando el producto no está aparentemente relacionado, apoyando descaradamente muchos estereotipos. Cuando, más raramente, se utiliza la figura masculina, a menudo también se la estereotipa fuertemente.

Duración:

3 encuentros de 1 hora y 30 minutos + posible regreso para difundir los carteles producidos en la red o en algunos lugares físicos:

- Encuentro 1: introducción al tema y discusión sobre los estereotipos, en particular los estereotipos de género;
- Encuentro 2: identificación de un estereotipo y representación en el papel de embalar utilizando la propia silueta corporal;
- Encuentro 3: fotografías y reelaboración a través de la app;
- Regreso: impresión de los carteles y/o difusión en la red.

Con este taller queremos reflexionar sobre las imágenes que nos rodean, centrando la atención en los estereotipos que se esconden en ellas. Así que se podrá elegir si investigar los diferentes canales publicitarios o centrarse sólo en uno de ellos (por ejemplo, los anuncios de televisión o los de las revistas de moda). En el **primer encuentro**, se invita a las personas participantes a reflexionar sobre el tema a través de algunas preguntas:

- ¿Qué significa estereotipo?
- ¿Podemos dar algunos ejemplos?
- ¿Conoces algún anuncio que transmita estereotipos?

Mientras tanto, la persona conductora puede buscar anuncios, por ejemplo, navegando en tiempo real por la red y proyectándolos para dejar claro a las personas participantes de qué se está hablando. Puede ser útil que la conductora proponga un par de ejemplos para iniciar la discusión. Aquí hay algunos enlaces que pueden ayudar a reflexionar sobre el tema:

- [https://www.popupmag.it/la-donna-nella-pubblicita-come-evolucion-del-suo-ruolo-nella-societa/](https://www.popupmag.it/la-donna-nella-pubblicita-come-evoluzione-del-suo-ruolo-nella-societa/),
- <https://www.generefemminile.it/limmagine-della-donna-nella-pubblicita-italiana/>.
- <https://www.insidemarketing.it/stereotipi-di-genere-in-pubblicita/>.

En el **segundo encuentro** las personas participantes se ponen "manos a la obra" directamente, jugando con su cuerpo y con los estereotipos: cada una escoge trabajar un único estereotipo (por ejemplo: el hombre debe ser viril; la mujer debe ser delgada; si se viste bien es buena persona, las rubias son tontas..) y trata de representar con el cuerpo una pose que transmita el estereotipo.

Mientras tanto, la persona conductora preparará pedazos grandes de papel de embalar tirados por el suelo o colgados en la pared, y algunos rotuladores. Trabajando en parejas, cada persona adoptará una pose que represente un estereotipo en un papel grande, mientras que su pareja traza el contorno con un rotulador.

En un momento de reflexión individual, con música de fondo, cada participante escribirá dentro de su silueta una o más frases o palabras, que puedan transmitir ese estereotipo. También se pueden utilizar varios colores o varios materiales para expresar mejor las características transmitidas por el estereotipo.

De hecho, la persona conductora pondrá a disposición: rotuladores, acuarelas, ceras, materiales de reciclaje y pegamentos, que las participantes podrán usar para "rellenar" su propia silueta, creando una especie de obra de arte multimaterial.

Esta actividad ofrece la oportunidad de reflexionar sobre los colores y texturas que se utilizan para expresar emociones o sensaciones. En este sentido, también podemos mencionar el uso del color en el lenguaje visual: de hecho, cada color tiene un significado emocional y estandarizado basado en la cultura de la sociedad en la que vive.

En el **tercer encuentro**, el grupo se organizará para fotografiar a cada participante en la pose elegida. Es posible utilizar un teléfono con cámara normal.

Se tendrá cuidado de elegir un fondo posiblemente neutro, en el que la pose pueda destacar; usar la luz adecuada y tomar fotografías nítidas.

Las fotografías se compartirán inmediatamente con las personas participantes, de manera que cada una tenga su propia fotografía a disposición en su dispositivo (teléfono, tableta o PC).

En este punto, con cualquier aplicación de edición de fotos (a descargar en su dispositivo) se puede jugar a construir una imagen que pueda sostener perfectamente el significado que se le quiere dar. Se puede operar sobre la forma del cuerpo o el fondo, se puede hacer que el personaje se vea como una caricatura, se puede colorear, se pueden agregar textos, emoticonos, etiquetas u otros elementos.

Recomendamos utilizar la aplicación gratuita Canva, con la que se puede diseñar en el formato adecuado para un cartel, folleto o para las redes sociales: <https://www.canva.com/>.

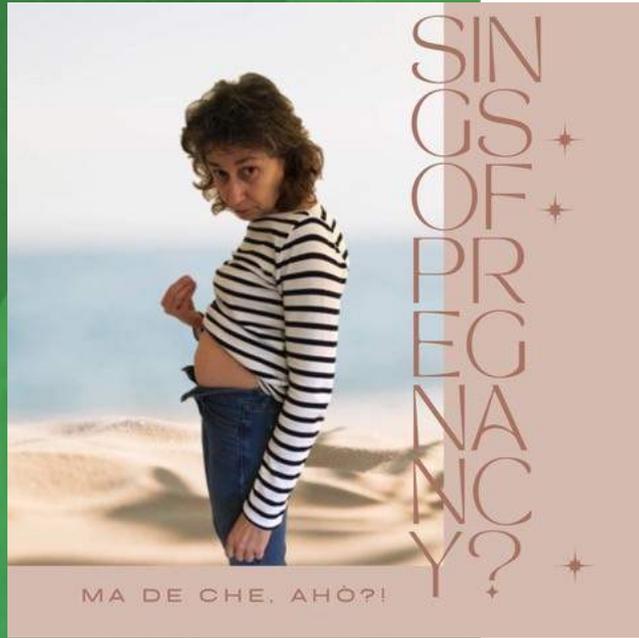
Una vez que el cartel está listo, el grupo puede decidir si publicarlo en la web, o ponerlo por las calles o en lugares donde pueda tener un significado. ¡Las reacciones estarán garantizadas!

Recordamos que, para el uso de las imágenes, se requerirá el consentimiento firmado de las personas interesadas, o de las/los progenitores si se trata de menores.



CHEAP







CINEFÓRUM CON PERSPECTIVA FEMINISTA



Este cinefórum pretende contribuir a ampliar el debate sobre el papel de la mujer en la contemporaneidad.

Inicialmente, para la estructuración del «CINEFÓRUM CON PERSPECTIVA FEMINISTA», las personas organizadoras deben elegir una película. La intención es que, tras su visualización, se puedan identificar en sus imágenes posibles estereotipos y desigualdades de género.

Para ello, se debe hacer una introducción que se centre en el problema para que el público sepa qué identificar.

Las personas organizadoras pueden invitar a alguien relacionado/a con el cine y el problema para hacer la mencionada introducción. Estos invitados/as participarán en un debate final.

Ejemplo de película:

Lost in translation (2003) de Sofia Coppola. Dos extraños en una ciudad extraña. Dos estadounidenses a la deriva en un Tokio que apenas existe más allá de los muros del hotel donde ambos se alojan. Él, estrella de cine en la crisis de la mediana edad filmando un anuncio; ella, una joven esposa tambaleándose por el tedio de las largas esperas por su marido. De repente, un amor... de sutilezas tan románticas como cómicas.

Materiales:

Tela, proyector, altavoces, videos, películas, folleto descriptivo del fórum.

Duración:

Una sesión de 4 horas.

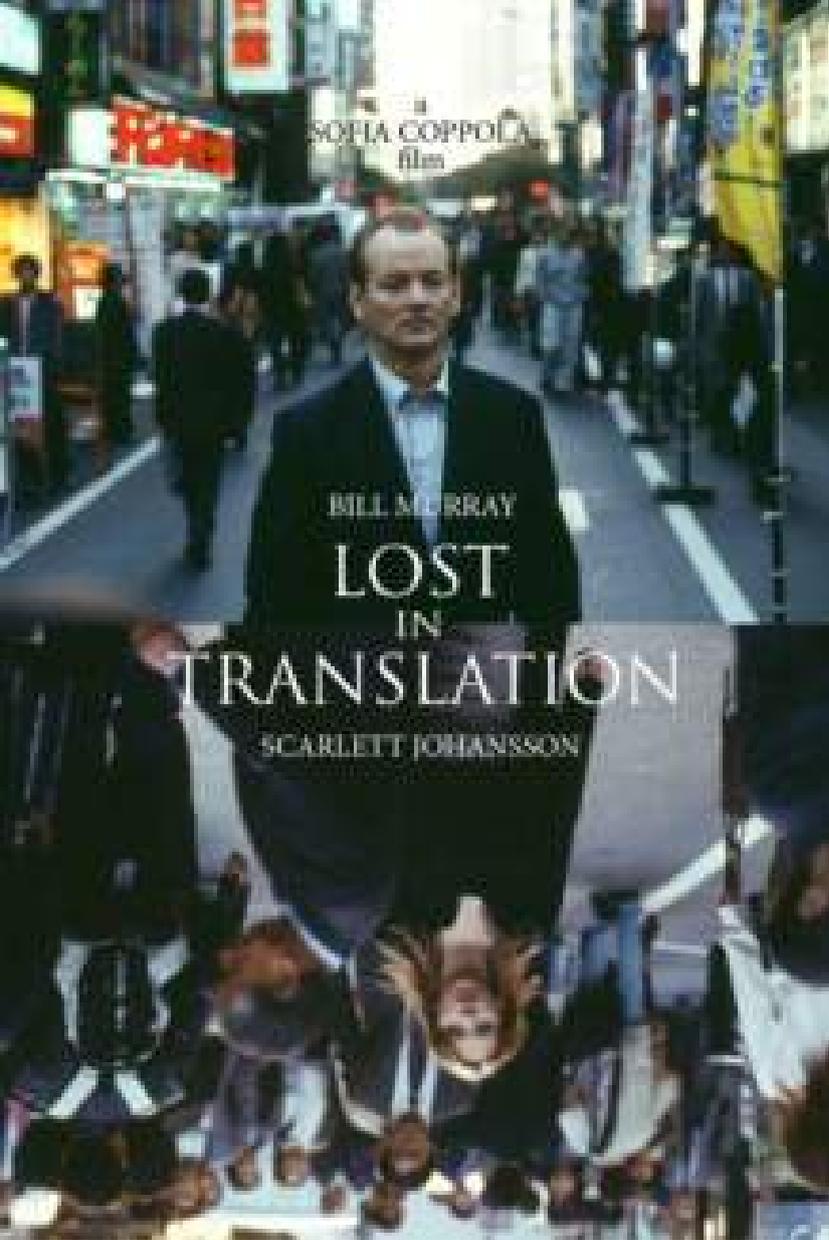
Espacio:

Espacio confortable y con buena visibilidad para todo el mundo.

Personas destinatarias:

Jóvenes y personas adultas.





Preparación:

Se debe crear un folleto descriptivo del cinefórum, así como un cartel donde conste el tema, una introducción al tema, fechas, lugares, selección de películas, participantes y el tema del debate final.

Sesión/Ciclo de Cine:

Primero debemos instalar a todos los/as participantes y luego presentar a los invitados/as. Hacen la introducción y luego se proyecta la película Momento para un descanso de 30 minutos.

Debate:

Las/os invitadas/os especiales inician el debate. La intención es la participación de todas las personas que vieron la película. El debate debe comenzar con una reflexión sobre la película proyectada y a continuación por la identificación de los estereotipos de género. Se debe elegir a un/a participante para que grabe todo el debate para que luego sus conclusiones puedan ser difundidas y también reveladas al público en general.

El debate debe ser guiado por las/os invitadas/os especiales, quienes deben llevar a las/os participantes a reflexionar y aprender sobre los temas que las películas pueden presentar y explorar.

Un debate bien orientado permite una discusión sana que, a su vez, permite el conocimiento de diferentes puntos de vista. El intercambio de ideas es una riqueza para el pensamiento y la reflexión.

Reglas para un debate:

<https://pt.slideshare.net/tecnicasaccaoeducativa/as-regras-do-debate>

<http://www.filosofia.seed.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=247>

<https://www.ruigracio.com/VCA/RegrasDebate.htm>

Webgrafía:

<https://comunidadeculturaearte.com/rita-azevedo-gomes-sinceramente-nunca-pensei-que-estava-a-fazer-um-filme-feminista/>

<https://www.publico.pt/2021/03/07/culturaipsilon/noticia/cinema-realizadoras-portuguesas-1952769>

<https://www.icnova.fcsh.unl.pt/2017/04/11/simposio-internacional-mulheres-no-cinema-iberico-chamada-artigos/>

<https://www.youtube.com/watch?v=PqeBXrNZpto>

<https://www.youtube.com/watch?v=1Ur9tskHaPo>





MUSAS

LO QUE ESCONDE UNA MUJER



Esta actividad se puede desarrollar en un grupo/club de lectura ya formado, que ya está acostumbrado a compartir lecturas y discutir diversos temas. O puede ser desarrollado por un grupo creado para tal fin (trabajando desde una perspectiva feminista, cuestiones de género). En este último caso, el/la orientadora del grupo deberá crear el grupo de lectura y constituirlo para tal efecto.

Algunas sugerencias para formar grupos de lectura:

Materiales:

Libros con perspectiva feminista.

Duración:

Mínimo 6 sesiones de 2 horas.

Espacio:

El espacio debe ser cómodo y acogedor, donde se potencie la lectura y el intercambio de ideas, opiniones y temas. Puede ser en una librería, biblioteca, asociación, etc.

Personas destinatarias:

Jóvenes y personas adultas.

<https://pt.wikihow.com/Começar-um-Clube-do-Livro>

<https://amulherqueamalivros.pt/criar-um-clube-de-leitura-e-sugestoes-de-clubes-de-leitura/>

La selección de libros la pueden hacer los/as adolescentes, eligiendo autoras y obras de su preferencia. En este caso, se deben dar todas las pautas para que cumpla con lo que se pretende: libros con perspectiva feminista.

Pero también puede presentar una serie de libros y pedirles a las/os adolescentes que seleccionen entre estas sugerencias.

Algunos libros sugeridos: *La primera estrella de la noche*, de Nadia Ghulam y Javier Diéguez; *Su cuerpo y otras partes*, de Carmen María Machado; *Aquí la princesa se salva*, de Amanda Lovelace; *Mujeres de mi alma*, de Isabel Allende; *Ganar alas y volar*, de Melinda Gates; *Enderézate*, Rémi



Courgeon; *Todas debemos ser feministas*, de Chimamenda Ngozi Adichie; *Cuentos para dormir para niñas rebeldes: 100 mujeres inmigrantes que cambiaron el mundo*, de Elena Favilli; *Convertirse: mi historia para jóvenes lectoras*, de Michelle Obama.

Así, en este último caso, se expondrán los libros sugeridos y cada miembro del club elegirá el libro que desea leer, para luego compartir, presentar y trabajar con los demás miembros del club.

Lo importante es que el grupo de lectores/as comprenda el tema que se aborda en los libros y se dé cuenta de su importancia.

La propuesta se desarrolla en al menos seis sesiones, de más o menos dos horas. (Hay sesiones que pueden durar dos horas y media).

1ª SESIÓN: PROPUESTA DE TRABAJO

En esta sesión, el grupo de lectura se introduce en el proyecto: lo que una mujer esconde.

Si partimos de la primera idea, se le pide al grupo que haga una investigación sobre autoras/escriptoras y sus respectivas obras que traten la perspectiva feminista y la igualdad de género. También se les pide que seleccionen una de esta investigación para leer y trabajar.

Si partimos de la segunda idea, presentamos una serie de libros, previamente seleccionados, y se pide a cada miembro del grupo que elija un libro para leer y trabajar.

También se entrega una ficha de lectura por cada libro, para que la completen y hagan una reflexión crítica sobre el tema contenido en él.

Después de que cada miembro del grupo haya elegido los libros, cada joven muestra el libro que ha elegido, hace una breve presentación de la autora y emite una opinión sobre el tema del libro. Además, cada miembro del grupo reflexiona sobre cómo pretende presentar su libro (tema/asunto) en una de las siguientes sesiones, programadas a tal efecto.

Para la presentación de los libros, el grupo y las orientadoras, sugieren diferentes formas de hacerlo: Powerpoint, película, *serán* con letras... y de consultar sitios de presentaciones creativas y dinámicas:

<https://pt.venngage.com/templates/presentations/creative>

<https://educarcomvida.blogs.sapo.pt/apresentacao-oral-de-um-obra-literaria-131087>

<https://pt.slideshare.net/tmoutinho/como-fazer-uma-apresentao-oral-de-um-livro-2>



Se programan las siguientes sesiones. Aquí hay que tener en cuenta las sesiones necesarias para presentar/exponer los libros y el intercambio de información y opinión. Cada sesión de 2h/2:30h debe estar dedicada a la presentación de dos libros. La última sesión es fundamental para hablar del tema común a todos los libros y debatir el tema transversal.

DE LA SESIÓN 2: EXPOSICIÓN/PRODUCCIÓN DE DOS LIBROS

En esta sesión, dos miembros del club de lectura, por turnos, presentan los libros que han seleccionado para leer y trabajar.

El primero en presentar el libro, lo hace de acuerdo a la forma que eligió hacerlo.

Es fundamental centrarse en los temas:

- Visión general del libro (mostrar el libro, mencionar el título y preguntar qué sugiere);
- Tipo de obra (tipo de texto: drama, narrativa, poética, etc.) y género de texto (cuento, aventura, novela, ficción, etc.);
- Autor/a (breve biografía, fotografía, otras obras que haya escrito);
- Contenido de la obra (hablar sobre el tema: ¿qué revelará? ¡No cuentes todo! Se deben seleccionar momentos o ideas del libro que despierten curiosidad e interés por leer el libro y creen expectativas a lo largo de la intervención). Además, cada uno/a debe mostrar particularidades de la forma de ser de los personajes (opiniones personales sobre ellos), aspectos atractivos sobre el espacio donde se desarrolla la acción, momentos más relevantes de la narración, algunas frases fuertes/bonitas/con sentido que justifiquen la elección del libro.

También debe considerar el discurso utilizado y el tiempo disponible para la presentación.

SESIONES POSTERIORES (3, 4 Y 5...): EXPOSICIÓN/TRABAJO DE LOS LIBROS RESTANTES

En estas sesiones las actividades/dinámicas son similares a las de la sesión dos. Cada miembro del club de lectura presenta su libro elegido, en la forma que elija, siguiendo las indicaciones y sugerencias dadas en la sesión 1.

ÚLTIMA SESIÓN:

En ésta se lleva a cabo una "lluvia de ideas" que resuman e identifiquen el tema/asunto principal abordado en todos los libros, llevándolos a las cuestiones de género. Se pide al grupo que dé su opinión sobre el tema y hablen de otras experiencias que conozcan.

También se les pide que realicen una investigación biográfica más profunda de las autoras de los libros, para que puedan entender sus historias de vida y comprender cómo luchan por sus derechos, cómo superan momentos crueles en sus vidas y/o cómo influyen en otras mujeres.

Después de una reflexión y debate sobre feminismo y cuestiones de género, se le plantea al grupo un reto: pensar en una manera de organizar toda la información tratada en las sesiones de lectura que realizaron y exponerla a la comunidad (escuela, biblioteca, barrio, etc..).



MUSas

ACTIVIDADES
DE DIFUSIÓN Y
CONCIENCIACIÓN



10

EN BUSCA DE MUSAS



Se propone elaborar una o varias pequeñas piezas audiovisuales donde se muestre el trabajo, la memoria y la historia de vida de personas con vivencias y experiencias muy valiosas bajo la perspectiva de género en el ámbito cultural y artístico. Conocer y dar a conocer a verdaderas Musas: iniciativas feministas de las que tirar aprendizajes e inspiración. Para conseguir esto, la gente joven tendrá que consensuar los criterios para la identificación y selección de las Musas, así como recibir una formación en técnicas de entrevista y grabación y edición audiovisual con móviles, para pasar después a experimentar con todo lo aprendido (identificar esos referentes con mirada feminista, realizarles una entrevista y editar los pequeños vídeos) y confeccionar dichas videoentrevistas.

A partir de unos fundamentos básicos en materia de género para dar cuenta de los estereotipos, prejuicios y barreras existentes y el consecuente diagnóstico de la necesidad de visibilizar referentes que nos inspiren y sirvan de ejemplo en este sentido como algo fundamental para contribuir a combatir las desigualdades por razón de género, se propone la siguiente **secuencia de acción**:

Materiales:

Conexión a internet, PC, smartphone, accesorios recomendados en el apartado de descripción.

Espacio:

Se recomienda un espacio confortable y con sillas para las sesiones formativas y en el caso de las entrevistas, buscar espacios que reúnan los requisitos para una óptima grabación.

Personas destinatarias:

Jóvenes de 12 a 17 años.



1 EN BUSCA DE MUSAS

Partiendo de una relación de las desigualdades y discriminaciones por razón de género existentes en el ámbito artístico y cultural que debemos desechar, pediremos a las personas participantes que propongan qué tipo de perfiles sería interesante mostrar para intentar desecharlos, para así obtener como resultado, y de manera colaborativa, la relación de criterios que nos guiará en la búsqueda de Musas.

En base a los criterios de selección acordados, las personas participantes iniciarán la búsqueda de referentes y seleccionarán aquellos que les parezcan más representativos de la idea que se pretende transmitir para realizarles la videoentrevista.

2 PREPARACIÓN DE LA ENTREVISTA

Una vez identificadas las posibles Musas a entrevistar, se les proporcionará una serie de recomendaciones sobre cómo preparar y realizar una entrevista, ilustrándolas con ejemplos prácticos para reforzar su comprensión.

Antes de la entrevista:

- Es importante documentarse e informarse de antemano: consulta bibliográfica, preguntarle a la gente o a internet... Investigar sobre la persona entrevistada y el tema a tratar.
- Prepara las preguntas: primero las más generales y después las más personales o específicas.
- Tanto un tema concreto como una conversación de temas genéricos ("conversación de ascensor") son buenas maneras de comenzar para crear un clima cómodo y de confianza. Aunque no sea sobre el tema que nos interesa, puede ser un modo de romper el hielo.
- No te limites al cuestionario pre-elaborado ni te obsesiones con él. La conversación puede discurrir de formas completamente diferentes y por temas distintos de los previstos.
- Debes saber cuándo dejar fluir y cuándo reorientarla a los asuntos que quieras tratar.
- Si sois dos personas las que realizáis la entrevista, lo importante es que no os piséis: una persona puede liderar la entrevista y la otra tomar apuntes o complementar a quién lidera.

- Debes saber cómo funciona el equipo de grabación que vas a usar.
- Una grabadora digital es muy buena opción, como la que traen casi todos los *smartphones* por defecto hoy en día.
- Intenta ponerte a disposición de la persona informante en cuestión de horarios y desplazamientos a la hora de concertar la entrevista.

Durante la entrevista:

- Procura que el espacio dónde hacer la entrevista sea cómodo, confortable, cálido... y que no haya contaminación acústica ni posibilidad de interrupciones.
- Coloca el equipo de grabación de modo no intimidatorio. Pide permiso antes.
- Compórtate de manera amigable, cordial y sencilla: ríete con la persona informante, tu postura (lenguaje no verbal) debe mostrar tu interés, siéntate cerca de ella pero sin invadir su espacio, usa un lenguaje simple y próximo...
- Céntrate en la persona con la que estás hablando, no juegues con el equipo, no mires el teléfono, mírale a los ojos...
- Pregúntale el nombre, lugar y año de nacimiento, y la información general que necesites de la persona informante antes de comenzar con las preguntas temáticas.
- No hagas preguntas de más: no interrumpas ni hables por encima de la persona. Déjale espacio y no le tengas miedo a los silencios.
- No manipules.
- Ten presente que lo que interesa es el punto de vista de la persona informante, así que evita hablar de ti o dar tu opinión continuamente. No obstante, a veces es positivo darla fuera de la grabación para buscar la complicidad con la persona informante.
- No formules las preguntas desde una afirmación (es una manera muy común de manipular la conversación). "Al tres en raya se jugaba así, ¿no?", es mejor preguntar: "¿Y qué es eso del tres en raya? ¿Un juego? ¿Y cómo se juega?" (aunque pienses que ya lo sepas, no des las cosas por sentado).
- Intenta economizar la duración de la misma, recomendamos no más de una hora de entrevista en un primer momento.

Otros consejos:

- No se puede grabar entrevistas sin el consentimiento de la persona informante. Habría, por lo tanto, que recoger por escrito el consentimiento expreso y firmado por la persona entrevistada donde se mencione claramente el uso que se va a hacer de la entrevista y si se va a hacer pública, conforme a las pertinentes leyes de protección de datos.
- Después de marchar, no olvides hacerle llegar a la persona informante algún *feedback*: una cortesía, una fotografía, una copia de la entrevista... Hazla sentir participe.
- Recomendamos llevar alguna cortesía/regalo a modo de agradecimiento.
- Para guardar y archivar las grabaciones es recomendable emplear el ordenador de uso habitual y hacer copia de seguridad en disco duro externo y/o carpetas virtuales. Es importante emplear contraseña de acceso tanto en los dispositivos como en los archivos de almacenamiento.
- Puede ser útil crear categorías para el archivo de las entrevistas grabadas: por la persona informante, por temas, por ámbitos, por palabras claves...
- Transcribir la entrevista puede ser muy interesante pero también muy laborioso, por lo que se recomienda escuchar el audio anotando el minutaje de los momentos claves de la conversación indicando el contenido de cada uno de ellos para facilitar y agilizar el acceso directo en su posterior consulta y edición.

Una vez aportados estos consejos, podemos elaborar con el gran grupo el guión de preguntas de la entrevista, partiendo de una lluvia de ideas general para después seleccionar la secuencia de preguntas que les parezcan más oportunas para poder recoger los contenidos de interés para transmitir. Un **ejemplo de guión** podría ser:

(1) Presentación de la persona y explicación de su dedicación y trayectoria (¿quién eres? ¿a qué te dedicas y por qué?).

(2) ¿Cómo aplicas la perspectiva feminista a tu actividad profesional? ¿Qué te motivó a hacerlo?

(3) ¿A qué estereotipos y prejuicios de género te enfrentas o te has tenido que enfrentar en tu actividad profesional?

(4) En la actividad que desarrollas, ¿con qué barreras por razón de género te puedes encontrar? ¿Cuáles has conseguido superar?

(5) ¿Te sientes apoyada/o/e por colegas del sector a la hora de hacer propuestas feministas?

(6) En relación a las desigualdades de género que se dan en tu actividad y las acciones encaminadas a superarlas, ¿has visto tus objetivos cumplidos?

(7) ¿Qué aspectos crees que están superados y qué crees que aún falta por hacer?

(8) ¿Qué te aporta o ha aportado el haber aplicado una perspectiva feminista a la actividad que desarrollas/vida?

(9) ¿Te gustaría comentar alguna cosa por la que no te hayamos preguntado?

3 FORMACIÓN EN REGISTRO Y EDICIÓN AUDIOVISUAL: RECOMENDACIONES PARA EL REGISTRO AUDIOVISUAL DE LA ENTREVISTA

¿Qué necesitas?

UN SMARTPHONE



Con carga de batería y espacio libre suficiente para poder grabar los vídeos. Se recomienda tener batería externa o cargador de teléfono por si acaso y tarjeta de memoria externa para asegurar el espacio de almacenamiento necesario. La configuración del formato de registro de vídeo dependerá de las plataformas de difusión que se decidan usar, pero por defecto se aconseja grabar en horizontal en formato 16:9 y con una calidad mínima de 720p.

UN TRÍPODE



Para favorecer la estabilidad de la imagen. Los trípodes específicos para móviles rara vez cuentan con la altura necesaria, por lo que se ha de prever contar con un lugar de apoyo a la distancia y altura necesarias para registrar audiovisualmente la entrevista según las recomendaciones indicadas para hacerlo.

UN MICRÓFONO



El micrófono del teléfono recoge un amplio radio de sonido ambiente, por lo que se recomienda el uso de un micrófono de solapa que conectar al teléfono y con cable con largueza necesaria. Recuerda comprobar que el sonido se está recogiendo a través del micrófono de solapa: esto se puede hacer dando pequeños toques con el dedo en el micrófono. En caso de que no se disponga de micro de solapa, es importante tener en cuenta este aspecto y realizar la entrevista en un lugar lo más alejado de ruidos posible.

UN ESPACIO

Es importante contar con un espacio que reúna los requisitos técnicos necesarios para un buen registro audiovisual. Para esto debemos tener en cuenta los siguientes aspectos:

● La iluminación

- Siempre es preferible la luz natural, ya que la luz artificial requiere conocimientos expertos para saber gestionarla adecuadamente.
- Idealmente, se recomienda realizarlas en espacios interiores que cuenten con una fuente de luz natural (por ejemplo, una ventana). Si se tiene que realizar en exteriores, debemos buscar una buena sombra (debajo de un árbol frondoso, un soportal, etc.)
- Para regular la luz natural de una ventana podemos utilizar un pedazo de tela TNT (tejido no tejido).
- Idealmente, la fuente de luz debe estar a 45° con respecto al suxeito a grabar. Aquí un ejemplo de iluminación óptima:



● El fondo

- Debe ser escueto, sin objetos superfluos (menos es más).
- El fondo ideal es una pared de un único color, preferiblemente neutro (gris, blanco, beige...).
- También se puede usar un patrón (estanterías con libros, papel de pared, fondo con tema repetitivo...).
- A la hora de escoger el color del fondo, debemos tener en cuenta la vestimenta del sujeto y las posibles combinaciones con el fondo según lo que queramos transmitir. Podemos buscar un fuerte contraste de colores o un efecto más delicado y armónico. Hay que tener en cuenta que los colores transmiten emociones y sensaciones diferentes [colores fríos (azul, verde...) y cálidos (rojo, amarillo...)].



● EI ENCUADRE:

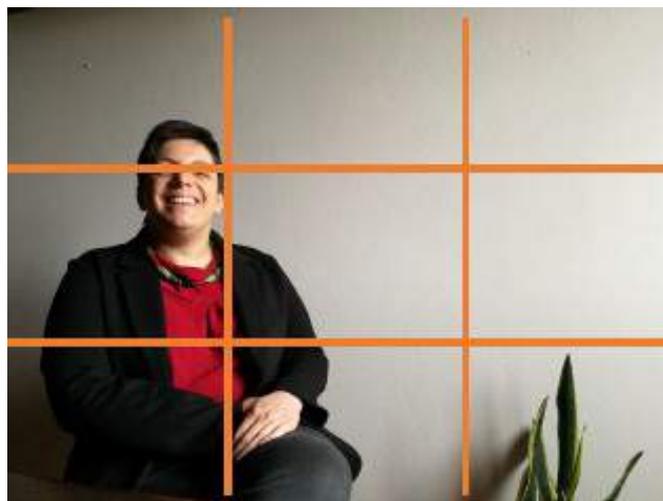
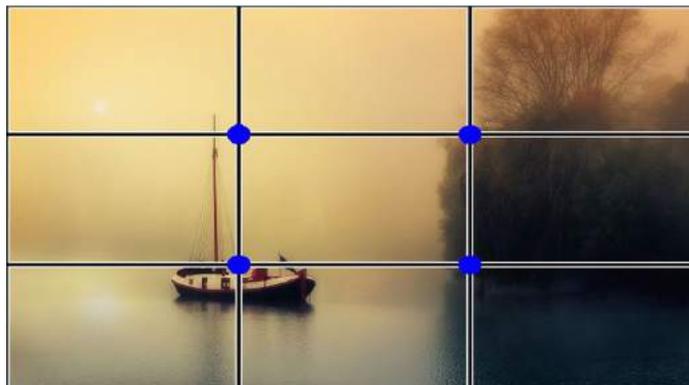
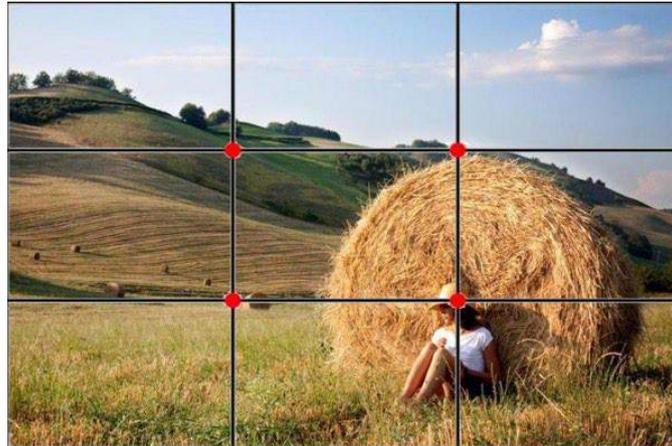
- Escoger qué tipo de plano se nos adecúa mejor según el espacio, la persona y lo que queremos transmitir. Los posibles planos son:
 - Primerísimo plano (para enfatizar).
 - Primer plano.
 - Plano medio.
 - Plano americano.
 - Figura entera.



- Ojo! Nunca debemos dejar fuera de plano las extremidades, produce un efecto de "mutilación":



- Aplicar la **regla del tercio**: para esto debemos activar la función de cuadrícula en la cámara del teléfono. El punto al que queremos llevar la atención debe situarse en uno de los 4 puntos centrales de la cuadrícula, o muy próximo a ellos.
- También debemos hacer coincidir el horizonte con una de las líneas horizontales de la cuadrícula:



Ejemplo de encuadre para entrevista.

- ◦ ¡Cuidado con el “efecto narizotas”! La situación del *smartphone* debe ser perfectamente perpendicular al sujeto, sin inclinarlo ni acercarlo mucho.



Imaxe tomada de [aquí](#).



● LA DISTRIBUCIÓN:

- Debemos situar el *smartphone* con su trípode de manera perpendicular al sujeto a grabar (sin inclinar y con la distancia debida).
- Idealmente, la posición del sujeto debe ser a 45° respecto de la fuente de luz y encuadrándolo según la regla del tercio (tocando uno de los cuatro puntos centrales de la cuadrícula).
- Podemos situar al sujeto sentado o de pié, pero debemos tener en cuenta dónde posicionar el teléfono para evitar el “efecto narizotas” y la mutilación de extremidades.

- Comprobar que no haya zonas del sujeto poco o demasiado sombreadas/iluminadas. En caso necesario, habrá que recolocar al sujeto.



Ejemplo de distribución ideal.

4 EDICIÓN DEL VÍDEO

En primera instancia, debemos visualizar los vídeos brutos y seleccionar aquellos cortes que consideremos de interés para mostrar, anotando el minutaje de los mismos y secuenciándolos.

A continuación, habrá que acordar cuál será la estructura de las piezas audiovisuales a editar y debatir cuál puede ser el formato más adecuado. Deberán tomarse decisiones en torno a:

- Incluir cartelas de cabecera y de salida y qué información deben contener (presentación del proyecto, presentación de la persona entrevistada, invitaciones para la difusión, créditos y logos, etc.)
- Cómo se presentarán las preguntas formuladas: bien a través de cartelas, bien a través de la voz de la persona entrevistadora.
- Insertar o no un fondo musical y en qué momentos.

Decidida la estructura, se les proporcionarán las herramientas necesarias para ejecutarla.

En cuanto a programas de edición de vídeo, existen un mundo de posibilidades tanto para trabajar con PC como con el propio *smartphone*. Muchas de ellas son de pago, aunque muchas veces ofrecen períodos de prueba dentro de un tiempo limitado. También existen opciones gratuitas que allegamos a continuación.

Los ordenadores, tanto con sistema operativo de Windows como de Mac Os, acostumbran traer por defecto aplicaciones de edición de vídeo. Son aplicaciones con ciertas limitaciones técnicas, pero que ofrecen las posibilidades necesarias para la edición de este tipo de productos. También existen diversas opciones de *software* libre.

En el caso de los *smartphones*, también existen diversas aplicaciones gratuitas e intuitivas como pueden ser por ejemplo **Youcut** o **CuteCut** para Android, e **iMovie** para sistema operativo iOS.

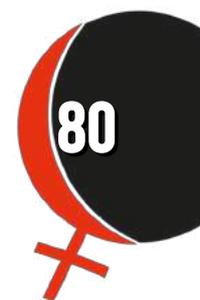
Estas aplicaciones permiten hacer cortes de vídeo, incorporar imágenes y programar la duración de las mismas, aplicar efectos de transición entre un corte de vídeo o imagen y otro, incorporar archivos de audio, etc.

Aunque podemos echar mano de los diferentes tutoriales de uso de estas herramientas existentes en la red, en nuestra experiencia al respecto es más efectivo que cada participante se familiarice con la aplicación explorándola y experimentando con ella.

Para el diseño de las cartelas, también existen diferentes posibilidades gratuitas y de pago. Dentro de las opciones libres, podemos nombrar por ejemplo **Canva**, una aplicación muy intuitiva con versión gratuita tanto para PC como para móvil. Es importante que las dimensiones de las cartelas que se diseñen sean de 1920x1080px, acorde con el formato de vídeo recomendado anteriormente. A la hora de integrar las cartelas en el vídeo, se debe tener en cuenta el tiempo de lectura para configurar su duración. Para esto, sólo hay que leer el texto mientras el vídeo se desplaza, y dejar un par de segundos de más antes de hacer el corte.

Para obtener un archivo con buena calidad pero que no pese en exceso, se recomienda exportar el vídeo seleccionando la opción de 720p/alta calidad y en formato 16:9.

Una vez terminada la edición de la vídeo-entrevista, es importante hacérsela llegar a la persona entrevistada para que nos dé su *feedback* y aprobación antes de difundirla públicamente.



Después de proporcionar las indicaciones con respecto a la realización, registro audiovisual y edición de la entrevista y con la intención de testar la asimilación de las mismas, se propone el siguiente **ejercicio práctico**:

Dividimos al gran grupo en subgrupos de entre 3 y 5 personas. Cada grupo tendrá que experimentar todo este proceso, repartiendo entre las personas integrantes los roles a desenvolver: una persona jugará el papel de entrevistada y el resto del grupo tendrá que documentarse sobre ella y adecuar el guión de entrevista pactado a sus particularidades.

En el registro audiovisual de la misma, tendrá que haber alguien que juegue el rol de persona entrevistada, persona entrevistadora y personal técnico. También tienen cabida roles de apoyo a la persona entrevistadora, personal técnico y registro del "cómo se hizo". Deberán realizar la grabación atendiendo a las indicaciones dadas anteriormente.

Una vez tengan la entrevista realizada y grabada, cada integrante del grupo tendrá que seleccionar y ordenar los cortes de vídeo que estime de interés para mostrar y editar su versión de la vídeo-entrevista, teniendo que probar a integrar imágenes, archivos de audio, diseñar e incorporar cartelas, aplicar transiciones, etc.

A continuación, se hará una puesta en común de todas las propuestas de edición resultantes, al mismo tiempo que se comparten las dificultades con las que se encontraron. El resto del grupo aportará posibles soluciones basadas en su experiencia a las dificultades expuestas, así como apreciaciones sobre el estilo y propuestas de mejora.

De esta puesta en común, obtendremos como resultado la capacitación colaborativa del grupo de jóvenes para la elaboración de las piezas audiovisuales que son objetivo de esta propuesta, la decisión en consenso del estilo y estructura que poseerán, así como también la evaluación de aplicación de conocimientos cubriendo las posibles lagunas.

4 DIFUSIÓN

Completado el proceso y con la pieza o piezas audiovisuales listas, es el momento de compartirlas con la comunidad. En primera instancia deben hacerse llegar a las personas entrevistadas y a continuación al resto de la sociedad. Para esto segundo, y como es bien sabido, tenemos a disposición diferentes redes sociales para hacerlo (Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok, etc.). Es importante conocer las dinámicas de interacción que se generan en cada una de las redes sociales para adecuar el formato del producto y acertar con la estrategia de difusión más propicia para cada una de estas plataformas. La juventud es usuaria y conocedora de estas dinámicas, por lo que para diseñar el plan de difusión recomendamos hacer una lluvia de ideas con el grupo participante recogiendo aquellas propuestas que más acertadas les parezcan.

Para que las piezas audiovisuales se diseminen, recomendamos acogerse a la licencia de [Creative Commons](#), en la que se pueden encontrar varias opciones que permiten a la gente compartir el material y/o adaptarlo, reconociendo o no la autoría, con o sin fines comerciales, entre otras alternativas. Visita su web para ampliar información.





BIBLIOTECA VIVIENTE



La Biblioteca Viviente es una innovadora propuesta metodológica que se celebró por primera vez en Dinamarca en el año 2000 organizada por **Human Library Organization** con el objetivo de afrontar problemáticas relacionadas con la xenofobia, prejuicios y estereotipos. Dados los resultados y potencialidades de la iniciativa, el Consejo de Europa (<https://www.coe.int/en/web/portal/home>) promueve desde el año 2001 esta herramienta de educación intercultural y ha publicado una guía práctica para su organización, de libre acceso, titulada: **"Don't judge a book by its cover!"** lo que ha facilitado que se desenvuelvan Bibliotecas Vivientes en múltiples latitudes.

Una Biblioteca Viviente (BV en adelante) funciona como una biblioteca normal. Se pueden coger Libros prestados para su lectura durante un período limitado de tiempo, pero con una diferencia: en las BV los Libros son personas y la lectura de los mismos una conversación.

Los Libros de una BV son personas con singulares historias de vida o que poseen determinados conocimientos y que difunden su experiencia a través de la interacción, entrevista y diálogo con las usuarias y usuarios. Para ser un Libro no es necesario ser una eminencia o reconocido/a estudioso/a, sino contar con experiencia vital o saberes con los que poder ilustrar a otras personas que desconocen y tienen curiosidad: las lectoras. Todos y todas somos potenciales Libros y Lectores/as.

Materiales:

Los requeridos en la guía organizativa según el formato escogido.

Duración:

La definido según las circunstancias y necesidades.

Espacio:

Debe cumplir con las necesidades especificadas en la guía organizativa según el formato escogido.

Personas destinatarias:

Colectivo joven. El número de participantes está sujeto al formato que se escoja.

Esta innovadora metodología ofrece una oportunidad para el aprendizaje intercultural y el desarrollo personal, confrontando los propios prejuicios desde los propios intereses y a través del diálogo interpersonal constructivo entre personas que, de no ser por esto, no habrían tenido ocasiones de encuentro. Es por esto que se convierte en una valiosa herramienta para ayudar a combatir el desconocimiento, ignorancia, prejuicios y estereotipos propios y/o extendidos por la sociedad de una manera activa y vivenciada.

Los términos en lengua inglesa utilizados originalmente para designar esta herramienta metodológica son "Human Library" o "Living Library" de los cuales se pueden encontrar diversas traducciones como "Biblioteca Viva", "Biblioteca Humana" o "Biblioteca Viviente". Así mismo, también cuenta con una terminología particular la cuál se debe tener clara para comprender la propuesta:

- **LIBROS VIVOS (LV):** son personas que poseen determinados saberes y conocimientos fruto de su experiencia vital y/o a través de su bagaje vital confrontan prejuicios y estereotipos.
- **LECTORES/AS:** son cualquier persona dispuesta a emplear un pedazo de su tiempo hablando y confrontando sus propios prejuicios.
- **BIBLIOTECARIOS/AS:** el personal de la organización.
- **LECTURAS:** son conversaciones entre los Libros Vivos y las personas lectoras en un tiempo limitado.





Dado que el principal objetivo de una BV es promover el diálogo constructivo que ayude a confrontar los prejuicios en primera persona, a cuestionarse los estereotipos existentes y a reelaborar un relato y una opinión propia conforme a los derechos humanos y a la dignidad humana, se convierte en una herramienta idónea para abordar el sexismo con el colectivo joven. Es por eso que proponemos diseñar una BV que tenga como centro de interés las desigualdades por razón de género en el ámbito cultural y artístico.

No existe una receta maestra para la organización de una Biblioteca Viviente, los elementos circunstanciales difieren en cada realidad y la metodología tiene múltiples adaptaciones que las futuras personas promotoras tendrán que adecuar a las especificidades del medio social y físico dónde se desarrollará.

Para conocer los pasos a dar para organizar una Biblioteca Viviente se puede consultar la guía metodológica de técnicas para la difusión del patrimonio oral y literario del [proyecto BABEL](#), así como también la guía organizativa publicada por el Consejo de Europa referenciada al principio.

Como bien se apunta en las guías de organización, es importante partir de un análisis exhaustivo de los estereotipos y prejuicios existentes en torno al tema que se quieran desechar, para así poder, entre otras, diseñar un catálogo de Libros Vivos que los puedan confrontar.

Tomando el listado de prejuicios y estereotipos detectados en el ámbito que nos ocupa e indicados en la introducción de esta publicación, los perfiles de LV a buscar podrían ser: personas que cuestionen y/o rompan con los estereotipos en su actividad artística y profesional, personas que desarrollen iniciativas artísticas con perspectiva feminista (y no sólo femeninas), personas con experiencias artísticas inspiradoras en relación a la aplicación del enfoque de género, referentes y pioneras, personas que hayan roto con el techo de cristal, personas que visibilicen lo invisibilizado, etc.

Para inspirarse:

Reportaje de una Biblioteca Humana celebrada en una biblioteca de México, cuyo centro de interés era la igualdad de género.

https://www.youtube.com/watch?v=AJjqW2N1r_I

Biblioteca Vivente "Lévedo lilá", organizada por Xandobela y celebrada en el Museo do Pobo Galego en febrero de 2022.

<http://xandobela.info/proxectos/10/bibliotecavivente>





MEMES FEMINISTAS



Esta es una propuesta de actividad para la educación en igualdad con perspectiva de género a través de la creación de productos digitales y el contradiscurso.

A modo introductorio, se presentarán ejemplos que evidencien el trato sexista que los medios de comunicación aplican constantemente (noticias, entrevistas, publicidad, etc.) para analizar, reflexionar y debatir sobre los mensajes que transmiten. También se pueden visualizar alguno de los muchos recursos analíticos existentes en la red como por ejemplo:

- “Estereotipos de género en los medios en la actualidad” Juana Gallego, directora del Observatorio de Igualdad de la Universitat Autònoma de Barcelona, explica cómo los estereotipos perpetúan las desigualdades de género e influyen en nuestro imaginario:

<https://www.youtube.com/watch?v=ZHZHnt5pFY0>

Después de un pequeño preámbulo que muestre los peligros del discurso mediático existente alrededor de este tema y la consecuente necesidad de atajarlo, se les presentará alguna de las herramientas con las que poder crear contenidos digitales con narrativas alternativas al discurso hegemónico, como pueden ser los Meme's, proporcionándole al mismo tiempo una pequeña formación de uso. Los Meme's son un formato de micronarrativa digital muy popular y extendido, que forman parte de nuestra cotidianidad en las interacciones digitales, son fáciles de crear y por lo general son en clave de humor. A partir de los Meme's recibimos bromas y mensajes que configuran nuestra percepción de la realidad, y al igual que pueden ser fuente de difusión

Materiales:

- Recortes de prensa, revistas, cortes de vídeos, imágenes de campañas publicitarias con carga sexista.
- Smartphones con conexión a internet.
- PC + proyector + pantalla (opcional).

Duración:

3 horas

Espacio:

Espacio con mesas y sillas.

Personas destinatarias:

Grupos de hasta 30 personas de 12 a 17 años.



de estereotipos, prejuicios y discursos discriminatorios, también se convierten en una herramienta ideal para crear productos sencillos a partir de reflexiones complejas y poder generar desde una actitud crítica y proactiva el necesario contadiscurso.

A continuación, se propone que a partir de los estereotipos, prejuicios y discriminaciones por razón de género identificados en el ámbito cultural y artístico, elaboren, bien individualmente bien por parejas o tríos, meme's que las visibilicen y parodien. A modo de fuente de inspiración y para estimular la creatividad, pueden mostrárseles ejemplos como los que se pueden encontrar en el blog Memes Feministas (<https://memesfeministas.wordpress.com/>) o en los resultados de los talleres del proyecto Epdlab: <https://epdlab.gal/category/temas/sexismo/>

Los Meme's resultantes pueden recogerse en un muro digital, como por ejemplo Padlet (<https://gl-es.padlet.com/>), a partir del cual cada pequeño grupo podrá compartir con el resto sus creaciones y motivaciones creadoras, impresiones y reflexiones al respecto. Con los productos digitales generados, se trazará de manera colaborativa una campaña de difusión en las redes sociales para contribuir activamente a contrarrestar el discurso mediático machista existente.

Mujer consigue el premio Nobel tras años de trabajo

Su marido que le ayudó un poco



Recursos de herramientas para crear meme's:

WEB

<https://www.memegenerator.es/>

<http://memegenerator.net/>

<https://www.memecenter.com/memebuilder>

APPS

Meme Generator

Meme Creator

Además de los Meme's, también existen otros recursos comunicativos con potencialidades similares como pueden ser los Gifs:

DÓNDE ENCONTRAR GIFS

Giphy: tiene app para dispositivos móviles y está integrada en muchos servicios de mensajería.

Reaction Gifs.

ALGUNA DE LAS MUCHAS HERRAMIENTAS PARA CREAR GIFS

PicPac

Gif Maker

Gif Me!

PARA CREAR FOTOTEXTOS

Hay un montón de apps que permiten trabajar este formato como **Phonto** ou **PhotoTalks**, aunque también se pueden hacer directamente con **Whastapp** ou con **Instagram**.

13

DALE LA VUELTA AL GUIÓN



Esta actividad busca identificar, analizar y reflexionar sobre la representación de los géneros y las emociones asociadas a cada uno de ellos en los productos culturales audiovisuales que consumimos, la cosificación de la mujer, el amor romántico y otras representaciones artísticas que normalizan la violencia machista y la influencia de esas representaciones en la vida diaria, etc. para darle la vuelta al discurso con ironía y humor.

Materiales:

- Fragmentos de películas, series o programas de TV con contenido sexista.
- Smartphones con conexión a internet.
- PC + proyector + pantalla (opcional).

Duración:

3-4 horas

Espacio:

Espacio con mesas y sillas.

Personas destinatarias:

Grupos de hasta 30 personas de 12 a 17 años.

Se propone desarrollarla en 3 **partes**:

PRIMERA PARTE

A modo introductorio, se mostrarán ejemplos de contenidos audiovisuales con carga sexista para analizar el mensaje implícito. Para esto basta con hacer una pequeña búsqueda en internet dónde poder encontrar ejemplos y reflexiones al respecto. Algunas fuentes de información pueden ser:

- 'Estereotipos de género en los medios en la actualidad' Juana Gallego, directora del Observatorio de Igualdad de la Universitat Autònoma de Barcelona: <https://www.youtube.com/watch?v=ZHZHnt5pFY0>



- 'Estereotipos y roles de género en el cine adolescente' vídeo participativo realizado por el alumnado del IES Itálica analizando los estereotipos y roles de género en el cine y la cosificación de las mujeres en la publicidad, desde la perspectiva del análisis fílmico feminista:
<https://www.youtube.com/watch?v=0A1RCwJjkoE>
- 'Instrumento didáctico para el análisis de género en las películas románticas: La presencia de los mitos de amor romántico y los malos tratos en "A tres metros sobre el cielo" '. Artículo publicado en la revista Aula de encuentro del Centro Universitario SAFA:
<https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/ADE/article/view/5526/5772>
- 'La violencia machista en el cine. De la revisión videométrica a la intervención psicosocial' Artículo publicado en la Revista Europea de Derechos Fundamentales:
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/96979/Dialnet-LaViolenciaMachistaEnElCineDeLaRevisionVideometric-4055508.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- 'Es hora de aceptar que estas películas son sexistas' Artículo de la revista especializada en cine Fotogramas:
<https://www.fotogramas.es/noticias-cine/g19467341/peliculas-sexistas-machistas/>
- 'Los clichés machistas aún resisten en la nueva era de las series' Artículo en el diario El Periódico:
<https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20180528/series-machismo-estereotipos-violencia-genero-6827268>
- 'Estereotipos, roles y relaciones de género en series de televisión de producción nacional: un análisis sociológico' Estudio realizado por CIMA (Asociación de mujeres cineastas y de medios audiovisuales):
https://www.inmujeres.gob.es/areasTematicas/AreaEstudiosInvestigacion/docs/Estudios/Estereotipos_rol_y_relaciones_de_genero_Series_TV2020.pdf
- Documental 'Miss Escaparate' de Jennifer Siebel Newsom sobre el sexismo y los medios de comunicación:
<http://educagenero.org/miss-escaparate-documental>
- '19 películas que, quizás no te diste cuenta, pero son bastante machistas' Artículo en BuzzFeed:
<https://www.buzzfeed.com/elliewoodward/peliculas-machistas>



- 'Tras el éxito de la feminidad mediática, ¿dónde queda el feminismo?' Artículo publicado en la revista de los estudios de ciencias da información e da comunicación Comein: <https://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero41/articulos/Article-Meritxell-Esquirol.html>
- Charla de Yolanda Domínguez para Tedx Talks 'Revelando estereotipos que no nos representan': <https://www.youtube.com/watch?v=H1C-vG4yBMI>
- 'If Women's Roles In Ads Were Played By Men' Vídeo de AS/IS para BuzzFeed: https://www.youtube.com/watch?v=2SrpARP_M0o

O echar mano de la recopilación de recursos realizada por Agareso (Asociación galega de Comunicación para o Cambio Social): https://epdlab.gal/wp-content/uploads/2018/06/02_Presentacion_Sexismo-e-roles-de-xenero_2.pdf

A partir de esta primera exposición y consecuente debate, las participantes tendrán que buscar e identificar alguna escena con carga sexista de alguna película o serie que consuma habitualmente. Exponerla al resto y explicar el mensaje sexista implícito que está transmitiendo.

Se puede emplear el Test de Brechel: https://en.wikipedia.org/wiki/Bechdel_test

SEGUNDA PARTE

Individualmente u organizándose en pequeños grupos, tendrán que escoger uno de esos cortes de vídeo y redactar los diálogos en clave feminista, de denuncia de la violencia machista y/o de reivindicación de una nueva representación de las mujeres en el cine para darle la vuelta al discurso.

A continuación, existen dos opciones no excluyentes para materializarlo:

Opción A: a través de la técnica de doblaje, para lo que existen apps como por ejemplo Madlipz (<https://www.madlipz.com/>), muy intuitiva y fácil de utilizar. Se pueden proporcionar fuentes de inspiración como el perfil de Instagram de *La Vecina Rubia*: <https://www.instagram.com/lavecinarubia/>

Opción B: a través de la creación de micro-vídeos *lo-fi*. Representar los guiones elaborados en clave feminista a modo de sketches irónicos y grabarlos con sus propios smartphones. También existe la posibilidad de llevar las situaciones representadas en los filmes a situaciones de su vida diaria y crear un sketch cómico que las parodie.

TERCERA PARTE

Puesta en común de los productos creados: cada persona o grupo creador expondrá al resto sus creaciones recibiendo su feedback. Es de mucho interés invitar a que difundan los resultados a través de sus redes sociales y aplicaciones de mensajería, instando a compartirlos e incluso animando a crear más.

EXPERIMENTOS SOCIALES



Con esta propuesta de actividad se pretende visibilizar y contribuir a que las personas confronten los estereotipos, prejuicios y discriminaciones por razón de género en el ámbito cultural y artístico.

Se propone una intervención diferenciada en tres partes: preparación, implementación y puesta en común/reflexión.

PREPARACIÓN

Se divide al gran grupo en pequeños grupos de no más de 4 personas. Cada grupo tendrá que hacer una búsqueda en internet de experimentos sociales desarrollados por diferentes organizaciones con la intención de buscar fuentes de inspiración. Cada grupo presentará los resultados encontrados al resto explicando los objetivos, conclusiones y potencialidades del mismo. La persona facilitadora también puede aportar algunos ejemplos como:

- ¿Qué significa hacer algo como una niña?", de Always Latinoamérica:
<https://www.youtube.com/watch?v=s82iF2ew-yk>
- "Inspiring the future-Redraw the balance" (subtítulos en español). Vídeo de MullenLowe London para Inspiring the Future:
<https://www.youtube.com/watch?v=pJvJo1mxVAE>
- "Romper estereotipos de género en los colegios", de El País:
<https://www.youtube.com/watch?v=FtGcYjr0gPc>

Materiales:

- Materiales específicos relativos a las dinámicas escogidas para la realización de cada experimento social.
- PC + proyector + pantalla (opcional).

Duración:

3 sesiones de 2 horas.

Espacio:

Espacio con mesas y sillas.

Personas destinatarias:

Grupos de adolescentes de 12 a 17 años, organizado en equipos de hasta 4 integrantes.

- “¿Cómo te suena?””, videocreación de EACuenca con adolescentes recitando letras de canciones actuales machistas:
<https://www.youtube.com/watch?v=SAwToc1Q0B4>
- “Revelando estereotipos que no nos representan”, TEDx Talks de Yolanda Domínguez sobre la representación de la mujer en los medios y en la publicidad: <https://www.youtube.com/watch?v=H1C-vG4yBMI&t=873s>
- Vídeo completo del experimento sobre la percepción de las campañas publicitarias de moda de Yolanda Domínguez:
<http://yolandadominguez.com/portfolio/ninos-vs-moda/>
- “¿Sabrías decirme el nombre de un filósofo?” Propuesta de las docentes María de Toro y Míriam Varela: <https://ourensenarede.com/hola-sabrias-decirme-nombre-filosofo/>
- “El vídeo de Batman haciendo de Catwoman que muestra la hipersexualización femenina en los videojuegos”, de Verne-El País:
https://verne.elpais.com/verne/2019/11/29/articulo/1575025848_742566.html
- “Masculino genérico: un experimento de lenguaje inclusivo con dibujos” Realizado por el departamento de Artes Plásticas del IES Berenguer Dalmau de Catarroja: <https://www.youtube.com/watch?v=29La-ob67Ac>
- “Experimento social: Roles de género” Realizado por Jovesolines España:
<https://www.facebook.com/watch/?v=679987382581827>

Después del visionado de los ejemplos encontrados, cada grupo tendrá que escoger qué estereotipo/prejuicio tratará y mediante qué tipología de dinámica para desenvolver sus propios experimentos sociales en este sentido.

IMPLEMENTACIÓN

Cada pequeño grupo tendrá que preparar y desarrollar el experimento social diseñado y recoger los resultados del mismo. Es importante incidir en que deberán solicitar consentimiento de toma y difusión de imagen de las personas interpeladas, así como reforzar la manera adecuada de abordar a los potenciales sujetos participantes.

PUESTA EN COMÚN Y REFLEXIÓN

Reuniendo nuevamente al gran grupo, cada pequeño subgrupo tendrá que presentar al resto qué experimento social decidió implementar y por qué, compartir las impresiones durante su implementación y los resultados y conclusiones del mismo. Los resultados gráficos pueden volcarse en una carpeta Drive a la que todas y todos los participantes tengan acceso.

Después de escuchar cada una de las experiencias, se puede invitar a elaborar un plan de difusión de los resultados en las redes sociales, de tal manera que además de compartirlos con la comunidad, se pueda generar continuidad a los mismos más allá de esta intervención específica.



15

STICKER ART POR LA IGUALDAD



Esta propuesta consiste en realizar un taller para diseñar stickers propios, con materiales simples y asequibles, e inundar las calles con mensajes feministas.

¿QUÉ ES EL STICKER ART?

El Sticker art es una forma de arte callejero donde el mensaje, normalmente con contenido político o social en forma de imagen y/o eslogan, tiene como soporte una pegatina o adhesivo. Es una forma de intervención artística muy popular por su rapidez, sus bajos costes y sus potencialidades creativas, además de que se trata de una intervención de arte urbana más amigable y respetuosa con la arquitectura y mobiliario urbano que otras formas más agresivas, como el graffiti o el sténcil.

Materiales:

- Folios adhesivos o papel fotográfico adhesivo; pinturas; rotuladores; ceras; tijeras; lápices y goma de borrar; folios.
- Optativo: escáner e impresora.

Duración:

2 horas aproximadamente.

Espacio:

Espacio con mesas y sillas.
Espacio público.

Personas destinatarias:

Grupo de hasta 16 personas, de 12 a 17 años.



Algunos artistas famosos del sticker art son Obey, D*Face, Clet Abraham, Stelleconfuse, Faile, Barbara.

¿QUÉ ES UN ESLOGAN?

A través del Sticker art podemos transmitir mensajes en favor de la igualdad a través de imágenes o esloganes: un eslogan o lema es una frase breve, expresiva y fácil de recordar, que se utiliza en publicidad comercial, propaganda política, transmisión de mensajes sociales, campañas de concienciación... Ayuda a comunicar la idea central de la intervención artística de forma sintética y complementa a la imagen que acompaña.

CONSEJOS PARA REDACTAR UN ESLOGAN

- Jugar con una frase conocida, refrán, letras de canciones, título de películas o libros conocidos... parafraseándola o inspirándose en ellas para crear un mensaje.
- Usar un verbo o acción para transmitir la fuerza, compromiso, contundencia... del mensaje.
- Que sea corto y con impacto, para que sea fácil de recordar e identificar.
- Tiene que reflejar de manera inequívoca el posicionamiento en defensa de la igualdad, con respecto y preferentemente en positivo.
- El mensaje tiene que ser de fácil comprensión para personas de todas las edades y condiciones.
- Emplear recursos como las rimas, onomatopeyas, repeticiones, paralelismos, metáforas...
- Diálogo con la imagen: prestar atención a la proporción y simetría, a la paleta de colores, que sea legible el eslogan, que respete un equilibrio entre imagen y texto, que sea coherente...
- Algunas estrategias comunicativas que funcionan son la provocación, la incitación o la invitación: hacer una pregunta interpelando directamente a las lectoras, proponer retos, invitar a comportarse de determinada manera... El humor es otra estrategia que podemos usar.
- Apostar por la simplicidad: menos es más.
- Usar lenguaje no sexista e inclusivo.





PROCESO

Se explica el objetivo del taller, se muestran ejemplos de Sticker art con mensajes feministas y se exponen los consejos para redactar un eslogan.

A continuación, se propone una lluvia de ideas: se trata de que fluyan las ideas de manera libre y creativa. Se apuntan todas las ideas en una pizarra o papel para que sea visible a todas las personas participantes en el taller. En primera instancia no se censura ni se analiza ninguna de las ideas, tan solo se permite alguna pequeña aclaración o matización en caso de ser necesario. Cuantas más ideas surjan, mejor.

Entre todo el grupo se escogen las mejores, las más inspiradoras y las que mejor reflejen los mensajes que se quieren transmitir: en este momento es conveniente que se justifiquen las elecciones, se expresen ideas y se conecten con otras nuevas, e incluso que se descarten algunas. La selección se puede hacer a través de votaciones a mano alzada directamente.

A continuación, y en pequeños grupos de hasta cuatro personas, se reparte el material y empieza el proceso de diseño de las pegatinas. Primero se deciden las imágenes y esloganes, y se hacen bocetos en folios de papel. Por último, se dibuja el eslogan y/o imagen en el papel adhesivo y se recorta. También se pueden escanear e imprimir directamente sobre papel fotográfico adhesivo.

De manera optativa, se puede salir a la calle para pegar las pegatinas resultantes en farolas, papeleras, etc. (lugares donde no se agreda la arquitectura, el mobiliario o la propiedad privada) bien visibles para los y las viandantes. También se pueden hacer copias escaneando e imprimiendo en papel adhesivo para distribuir entre el grupo y que puedan repartir a otras personas.



Algunos ejemplos inspiradores de Sticker art feministas:



<https://ar.pinterest.com/bcuvertino/stickers-feministas/>.

<https://www.asociacion-alma.es/pegatinas-feministas>: serie de pegatinas feministas donde se representan mujeres desconocidas junto una selección de frases de la lucha feminista.

Algunas ideas inspiradoras:

Aunque los diseños tienen que partir de la lluvia de ideas que se haga con el grupo, proponemos a continuación algunas ideas sobre temáticas generales que se pueden abordar:

- Visibilizar a mujeres pioneras o relevantes en la historia.
- Proponer retos o preguntas que impliquen una acción por parte de quien lee.
- Evidenciar micromachismos.
- Reivindicaciones feministas históricas o de actualidad.
- Estereotipos de género y su contrario/su réplica.
- Romper con el sexismo en productos de uso cotidiano: juegos, moda...

PALABRA DE VULVA



Materiales:

- gomaespuma en láminas de 1-3 cm;
- telas;
- pasamanería;
- pegamento para tela;
- purpurina, plumas;
- tizas de colores, spray fijador para el cabello;
- tela con cordel (para el teatrillo, se puede usar una sábana doble o una funda de sofá de color, colgada del cordel con pinzas para la ropa); música.

Se aconseja organizar el material en cestas o cajas, divididas por tipo.

Duración:

1h30 para el taller de construcción.

1h30 para ejercicios de animación y producción de sketches.

Espacio:

Espacio con mesas y sillas. Una sala para colgar el cordel con la tela y ensayar los sketches.

Personas destinatarias:

A partir de 15 años.

El taller se divide en dos sesiones de una hora y media cada una (o una sola sesión de 3 horas): una de construcción y otra de animación y creación de un sketch. El propósito del taller es crear un alter-ego de vulva, que puede comunicar, a través de palabras o movimientos, lo que desea. Como dice Alain Recoing en el escrito "EN LA BASE: EL GUANTE - SUGERENCIAS PARA EL APRENDIZAJE DEL TÍTERE DE GUANTE"

[...]

El piano no es portador de significado. Es el sonido que emite bajo los dedos del pianista lo que es significativo. El títere, en cambio, es al mismo tiempo el instrumento que emite el sentido pero también es el portador del sentido (es el sentido mismo).



Nuestra vulva se convierte así en una marioneta, movida por la mano de su creador/a-animador/a, transmite el sentido y es también portadora de sentido.

En la fase de construcción utilizamos plantillas (formas de cartón) para trazar sobre la gomaespuma la forma de lo que corresponderá al clítoris y, sobre otra gomaespuma, de lo que serán los labios mayores.

Para mayor claridad, se adjuntan las instrucciones detalladas con las fases de construcción, facilitadas por el colectivo feminista italiano *Le Pupazzare*.

<https://www.facebook.com/lepupazzare/>

Una vez realizadas y ensambladas las formas de gomaespuma gracias al uso de cola textil (tipo Bostik), comenzamos con la decoración cubriendo con tela, coloreando con tizas de colores, añadiendo purpurina, plumas o cualquier otra cosa que pueda dar "personalidad" a nuestra vulva.

Mientras tanto, la persona conductora preparará el teatrillo: busca dos puntos opuestos de la sala para tender un hilo resistente y coloca sobre él una tela, que servirá para ocultar a los animadores y animadoras.

Después de la fase de construcción, es bueno dedicar tiempo a ejercicios de animación: ¿cómo se llama nuestra vulva, cuál es su personalidad y qué objetivos persigue? ¿Cómo se mueve nuestra vulva en un teatrillo? ¿Qué acciones puede realizar? ¿Qué voz tiene? Si se encuentra con una amiga, ¿qué se dicen?



La persona conductora reúne a todas las participantes en la zona donde ha montado el teatrillo sencillo y muestra cómo manejar la vulva detrás de la tela: - cuánto levantar el brazo;

- cómo entrar y salir de la escena;
- la importancia de observar el títere cuando se anima, para darle vida;
- la importancia de realizar movimientos precisos y limpios.

Se puede jugar mucho creando situaciones divertidas con vulvas solas, en parejas o en grupos. Los ejercicios que recomendamos son los siguientes, desde el primer acercamiento hasta relaciones más complejas:

- entrar y salir de la escena, asegurándose de que la vulva sea visible para el público;
- entrar, hacer un movimiento y salir de la escena;
- entrar dos de lados opuestos, mirarse, salir de escena;
- entrar dos de lados opuestos, mirarse, amarse/odiarse, salir de escena;
- entrar dos, entablar una conversación sobre un tema determinado, saludarse y salir de escena;
- unirse a un grupo (de 3-6 vulvas), bailar con una canción o música, improvisando y buscando una armonía conjunta.

Cada ejercicio puede durar desde unos pocos minutos hasta diez minutos, dependiendo de cómo reaccionen las participantes. Todo el mundo puede intentarlo todo, o las primeras animadoras harán las cosas más simples y las últimas las más complejas, para terminar todas juntas con la escena grupal.

Después de haber experimentado con varias posibilidades, nos dividimos en grupos de 2-4 personas y, dado un tema, (en nuestro caso puede ser feminismo; amor; hombres; sexo; ...) tratamos de construir una escena que tenga las siguientes características: brevedad, sencillez y agudeza.

El tiempo requerido para la creación de la escena puede ser de 30 minutos. Por turnos, cada grupo mostrará su resultado, y después de cada escena se puede comentar lo mostrado.

La actividad se puede proponer con grupos de cualquier edad, a partir de 15 años, y de cualquier sexo. En efecto, para hablar de estereotipos también es muy interesante escuchar a hombres que dan voz a las vulvas.

No olvidemos, eso sí, que cuando el títere habla, no somos nosotros: el títere se puede permitir ser políticamente incorrecto, vulgar o ridículo... pero siempre nos dirá la verdad.

Una vez creadas escenas que funcionen, se puede organizar una "Gran Gala de la Vulva", en la que se muestre la obra en otros contextos, con el objetivo de entretener y hacer reflexionar al público sobre los temas propuestos por los sketches.

Se adjunta el preciado **"DECÁLOGO INÚTIL EN NUEVE PUNTOS Y MEDIO PARA TITIRITEROS INQUIETOS"** de Paolo Sette, titiritero milanés, en el que se dan algunas indicaciones de forma irónica y poética sobre cómo el titiritero puede acercarse a su títere. Un manual muy útil para la persona conductora del taller.



DECÁLOGO INÚTIL EN NUEVE PUNTOS Y MEDIO PARA TITIRITEROS INQUIETOS por Paolo Sette

Uno. Se puede reconocer a un titiritero o titiritera porque no está con las manos cruzadas, sino con las manos en los títeres.

Dos. Se ensucia las manos. Hace teatro de calle y en la calle. En fiestas privadas y públicas. Y se marca metas altas: crecer y hacer crecer su arte y su público. Incluso sólo un nada. Al principio confía en los/as maestros/as y luego los traiciona para hacer su propio camino. Participa en premios y concursos (aunque no necesariamente), pero no le importa el primer o último puesto que conquista (isiempre que haya sido admitido/a!). Prefiere perseverar en cometer errores. Escucha las críticas y respeta los juicios. Quien se pone delante de un público no puede eximirse de estas valoraciones. Transforma, si puede y si cree que tienen valor, las críticas y los juicios en experiencia. De lo demás, va a hacer memoria. No da nada por sentado y establecido. Los títeres pueden decir y hacer más de lo que normalmente dicen y hacen. El titiritero o titiritera excava profundamente y busca tesoros porque la vida es más rica de lo que imaginamos, y hay que cultivar la imaginación. Los títeres saben todo esto y lo saben bien. Y lo muestran constantemente a los/as titiriteros/as y al público. El titiritero o titiritera observa, aprende y roba a sus colegas (ipero nunca los títeres!). Siempre los observa y los respeta, porque sabe que ser titiritero/a no es fácil, es duro. El titiritero/a crea su propio camino y trata de ser original. Nunca se siente como si hubiera llegado. Nunca se siente como un maestro/a. Es inherentemente humilde. Y se divierte. No sólo después, sino especialmente durante el trabajo.

Tres. El/la titiritero/a mira su propio teatro desde abajo. Desde la base. Desde la Tierra. Su perspectiva es subterránea: quizás por eso sus criaturas son grotescas. El teatro de titiriteros/as es un teatro pequeño, rebelde y pobre. El titiritero o titiritera siente la tierra debajo y observa el aire movido por los títeres en el cielo de la barraca. El titiritero/a percibe el mundo desde atrás. De un más allá. De una separación. Quizá por eso habla con metáforas. Y su metáfora más lograda es la marioneta. El titiritero/a hace un teatro que para que viva hay que meter la mano, o



las dos manos, en las entrañas. Dentro en el fondo. De lo contrario, el títere queda vacío, una metáfora tomada en sentido literal. Pero si es el títere quien toma una metáfora en sentido literal, entonces se vuelve cómico, pero esa es otra historia.

Cuatro. La titiritera o titiritero moderno no tiene certezas. Está inquieto/a. Se debate en busca de un camino, que tal vez no existe. Pero no va por el camino de la "tradicción" (es alérgico a las buenas etiquetas publicitarias y al "así se hace, siempre se ha hecho así") y no adapta los espectáculos a niños/as o adolescentes, no es un símbolo. Encerrado/a entre expectativas y demandas que le son ajenas, no le queda más que ir a la deriva: entre rocas y sirenas. La única certeza del titiritero/a es quizás sólo la de estar fuera de tiempo (pero esperemos que no esté fuera del tiempo). Es su alegría inquieta. Y la sustancia de sus espectáculos.

Cinco. Un títere no es solo un objeto. Por ejemplo, el títere es en sí un pararrayos, y por eso se eleva en el aire sobre el dedo apuntando al cielo del titiritero/a, pero también es la energía que el pararrayos recibe y descarga en la tierra y que sirve para animar la marioneta. Un títere incluso fuera del espectáculo siempre es algo vital. El titiritero/a tiene la tarea de encontrar lo que le da vida al títere en el escenario: su aliento. Que es un ritmo, una voz, una postura, un gesto y hasta un pensamiento. En estos momentos felices en los que el títere encuentra su propio aliento en el escenario, el titiritero titiritera es precedida y sorprendida por el títere que anima. Una marioneta es simultáneamente el rayo y el pararrayos.

La titiritera o titiritero está solo bajo la tormenta.

Seis. Se tiene que confiar en el títere. No en el sentido de que todo lo que haga o diga esté bien. De hecho, no es suficiente sacudir un títere en el escenario para obtener un espectáculo de títeres y no es suficiente poner los pensamientos de un titiritero/a comprometido/a en su boca porque automáticamente se convierte en un títere revolucionario y rebelde. El títere tiene vida propia. Y es sólo en la triangulación títere-titiritero/a-público que la vida propia del títere encuentra su sentido. El titiritero/a puede trabajar en este "sentido", pero es el títere quien dirige el juego. Y el titiritero/a no tiene más remedio que confiar en él.

Siete. Los títeres son crueles. Fortalecidos por su nada, dialogan con los dioses y con la muerte. Todo en los títeres está hecho de madera o tela y su interior está hecho de un soplo. Su corazón está hecho de nada o tal vez sólo de acción y deseo de vivir y actuar. Y es esto lo que marca el tono de las aventuras particulares que les suceden. No se enfadan si son degradados en espectáculos que ofenden su crueldad. Son más fuertes que un mal espectáculo. En estos casos, sin embargo, el espectáculo tiene el triste sabor de una nostalgia mal envejecida una excusa patética para justificar un retraso irrecuperable, pero el títere sigue abriendo interrogantes al público. Porque el títere es y no es, siempre. Incluso en un mal espectáculo.

El títere no está animado por una ansia de conciliación, el títere simplemente vive. Y por eso son crueles y tiernos a la vez. Son como Laurel y Hardy. Son como Ubu Re. Son cómicos y líricos. Y nadie puede ser tan travieso como ellos, porque son una contradicción, una paradoja viviente que se resuelve, cuando todo va bien, sólo en la barraca.



Ocho. Los títeres son épicos. Animados y gobernados por el titiritero/a, sólo están realmente vivos en el escenario cuando encuentran su independencia del titiritero/a.

El títere, en esencia, muestra al espectador/a que el mundo puede ser manejable. El títere no pide empatía, pero nos hace de espejo: es un extraño pero se nos parece. El títere es la quintaesencia del extrañamiento. Gracias a los títeres aprendemos que el mundo es transformable, porque cada vez que actúan hacen una lucha épica por su afirmación. Pero al mismo tiempo en esta lucha suya son mecánicos y torpes, y por eso mismo increíblemente humanos y nuestros fraternos. La principal ventaja del títere es la naturalidad de la extrañeza, su carácter totalmente terrestre y artificial y, en una palabra, su humor.

Nueve. Como un loco/a, en la calle o en casa, el titiritero/a habla consigo mismo/a. A menudo agitando las manos en el aire. Esto sucede no sólo porque está ensayando las voces, expresiones y diálogos de sus títeres en su ausencia, sino sobre todo porque su pensamiento es dialéctico: el titiritero/a detrás de cada afirmación o elección encuentra a su títere imaginario que le abre otro horizonte diferente e inesperado. Y no puede evitar discutir: a veces pelea y a veces bromea.

No se necesita mucho para hacer un espectáculo de marionetas: un conflicto. Y luego corazón, juego y relación. Relación con el títere de hecho, pero también con el público. De hecho, es privilegio del títere establecer un diálogo con los espectadores/as, como no sucede en ninguna otra forma de teatro. Cada titiritero/a declina entonces este privilegio según su propia sensibilidad y sus propios ideales: hay quienes simplemente hacen gritar al público y quienes intentan vivir una experiencia con su público. El titiritero/a, más que nadie, se pregunta constantemente hacia dónde va su arte, qué futuro tendrá. y cuál será su papel en la sociedad. Y si no se lo pregunta, no es un titiritero/a, es un animador/a.

Nueve bis (sugerido por un títere imaginario). Una titiritera o titiritero no escribe y no sigue decálogos.

FIN

Agradezco el decálogo de Gigliola Sarzi, los "Ejercicios de estilo con títeres en la barraca" de Allegra Brigarata / SineTema y Teatro del Corvo, el pensamiento de Gabriel Castilla, las enseñanzas de Karlos Herrero y Tonino Murru y ejemplos de Marcello Ricci, Paola Bassani, Marco Lucci, Salvatore Fiorini, Alessandro Guglielmi y todas y todos los titiriteros que he encontrado.



LE
PUPAZZARE
PRESENTANO:

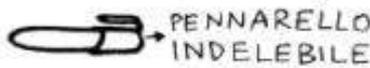
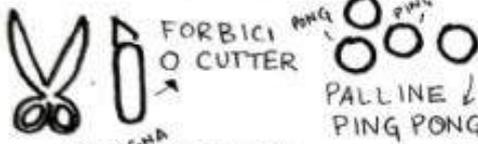
COSTRUISCI LA TUA VULVA PARLANTE!!!

E SCOMPIGGLI IL PATRIARCATO

HEILA!!



HAI BISOGNO DI



COLLA COME QUESTA
TIPPO BOSTIK
MIGLIORE CON E FINESTRE APERTE
APPLICARE SEMPRE SULLE DUE PARTI E ASPETTARE
2 MINUTI PRIMA DI INCOLLARE
(INCOLLA SOLO SE EVAPORANO I COMPONENTI)

COLLA ACETOVINILICA (ES. POLISTICOLLA)
PUZZA MENO E NON DEVI ASPETTARE
MA DIVENTA DURA E TENDE A STACCARSI



LACCA PER CAPELLI

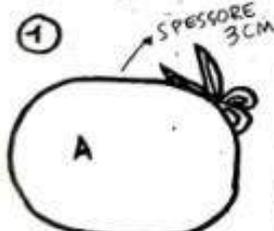
IL PIANO DI NON UNA DI MENO

CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE



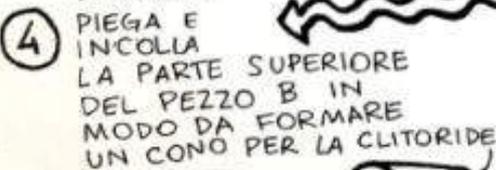
TUTTO QUELLO CHE TROVI DI BELLO PER DECORARE LA TUA VULVA PARLANTE

TANTA PAZIENZA E 10RA DI TEMPO!!

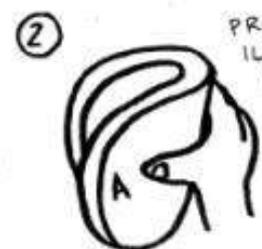
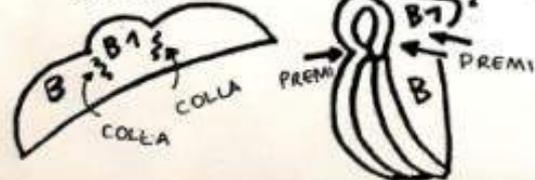


1 TAGLIA 3 PEZZI DI GOMMAPIUMA DI QUESTE FORME CHE PUOI MODIFICARE COME VUOI

ARROTONDA LA GOMMAPIUMA CON COLPI DI FORBICE



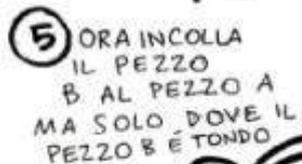
4 PIEGA E INCOLLA LA PARTE SUPERIORE DEL PEZZO B IN MODO DA FORMARE UN CONO PER LA CLITORIDE



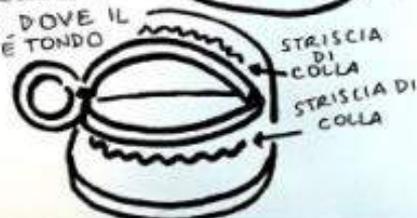
2 PRENDI IL PEZZO A E PIEGALO A PANINO CON LA MANO CHE USI PER SCRIVERE DI SOLITO



3 SEGNA CON IL GESSO IL PUNTO IN CUI INIZIANO LE TUE DITA'



5 ORA INCOLLA IL PEZZO B AL PEZZO A MA SOLO DOVE IL PEZZO B È TONDO



17



FLASHMOB



Un *flashmob* (del inglés flash, relámpago, entendido como un evento rápido e imprevisto, y *mob*, multitud) es una concentración repentina de un grupo de personas en un espacio público, que se disuelve en poco tiempo, con el propósito común de practicar una acción inusual. La organización comienza desde un sitio web, blog o página social, para luego alcanzar potencialmente a cualquier persona gracias al boca a boca en línea. Las reglas de la acción se suelen explicar a las personas participantes unos minutos antes de que tenga lugar, quizás por algunos miembros del grupo que ya han aprendido la acción y que guían a los demás. Si es necesario, las instrucciones se pueden distribuir con suficiente antelación para permitir que las

personas participantes se preparen adecuadamente. En Europa, el primer evento de este tipo tuvo lugar en Italia, en Roma, en julio de 2003. Ya se habían producido eventos similares en Nueva York, San Francisco y Tokio.

Duración:

2 horas de organización.

15 minutos de realización.

Espacio:

Un lugar público (una plaza o el hall de un centro comercial) para la realización.

Una sala grande, un lugar de reunión para la organización.

Personas destinatarias:

Grupo de adolescentes a partir de 16 años: organizadores/as.

Cualquier, de 10 a 99 años: usuarios/as.





Existen diferentes **tipos** de flashmobs:

- danza: la multitud realiza una coreografía particular, que puede ser coordinada, especular o incluso absolutamente individual y no necesariamente con un apollo musical;
- congelación: las personas permanecen inmóviles durante un cierto período de tiempo de 3 a 5 minutos;
- besos y abrazos: el grupo besa y abraza a todas las personas que están a su alrededor;
- de masa: las personas participantes se reúnen en gran número en alguna plaza durante unos minutos y luego se disuelven;
- *smart mobs*: las personas se reúnen con fines políticos o sociales.

Precisamente este último tipo puede ser el más adecuado para transmitir reivindicaciones relacionadas con cuestiones de género, o para llamar la atención pública sobre un tema relevante relacionado con la discriminación: esto ya se ha hecho en el pasado, incluso por parte de grupos feministas⁴.

Estos son los **pasos** básicos para organizar un flashmob temático:

- En primer lugar, se debe decidir cuál es el objetivo que se desea lograr a través del flashmob y sobre qué tema se quiere llamar la atención del público desprevenido. El consejo es discutirlo con el grupo de

4 <https://www.open.online/2019/12/05/lo-stupratore-sei-tu-dal-cile-alleuropa-ecco-il-flash-mob-femminista-che-sta-facendo-il-giro-del-mondo/>

adolescentes con el que se está trabajando: ¿hay algún tema relacionado con la discriminación de género que sea particularmente "viral"? ¿O se ha inaugurado otra exposición de arte sin siquiera la obra de una autora? ¿O tal vez se quiera resaltar lo injusta que es la diferencia salarial entre hombres y mujeres? Es importante enfocar bien el tema y no quedarse demasiado genérica en su definición.

- En segundo lugar, es necesario identificar el lugar donde se realizará el flash mob: en una gran ciudad, bastará con identificar una plaza muy frecuentada, o un centro comercial; en un pueblo pequeño se puede pensar en organizar el flashmob con motivo de un mercado local, o de algún evento que atraiga gente a la plaza, para tener el mayor número de público posible.
- El éxito de un flash mob depende de la originalidad, la vivacidad y el atractivo del evento, por lo que es necesario elegir un tipo de exhibición adecuado a la temática y el lugar elegido. Además, también hay que tener en cuenta la complejidad organizativa de eventos elaborados como una coreografía, o una canción, que son complicados de preparar y difundir, y que requieren numerosos ensayos para su realización. Por lo tanto, se pueden preferir acciones más simples, pero igualmente impactantes: un elemento visual muy evidente del vestuario o de un color en particular; colorear una parte del cuerpo y mostrarla durante el flash mob, por ejemplo, manos rojas; una posición significativa que simbolice la represalia u oposición a una discriminación; carteles que se desenrollen y que lanzan mensajes y slogans sobre el tema elegido... Las posibilidades son muchas y en <https://www.flashmob.tv/>, o en <https://www.youtube.com> se pueden encontrar muchas ideas. Lo importante es que la acción del flash mob sea corta, improvisada, precisamente un "flash": de repente pasa algo y, al cabo de unos minutos, la acción ya ha terminado y las personas participantes se han disuelto.
- Una vez definida la forma del flash mob, es el momento de involucrar al mayor número de personas posible: en primer lugar a partir de la red de contactos personales, vía mensaje o correo electrónico; también creando un evento en Facebook y utilizando todos los canales sociales disponibles. Es de fundamental importancia proporcionar indicaciones claras sobre el lugar y la hora de encuentro, sobre qué acciones se deberán llevar a cabo, qué ropa y/u objetos llevar consigo, cuáles serán las señales de inicio y finalización del flash mob. Si es necesario, se puede crear un tutorial que muestre claramente la acción a realizar, o proporcionar material imprimible (por ejemplo: el cartel) que cada participante pueda imprimir de manera autónoma.



- Durante el flashmob es importante realizar una documentación precisa de todo cuánto sucede, a través de fotos y videos, para poder difundir posiblemente a través de los canales sociales (cuando se trata de fotos y videos en contextos con muchas personas no es necesario tener autorizaciones para el uso de imágenes).

Al final del flashmob, si se ha concebido gracias a la colaboración de un grupo, puede ser útil comentar cómo fue, quizás visionando la documentación recopilada, para hacerse una idea del impacto generado por la acción propuesta.



18

CANTASTORIE



Materiales:

- libros de cuentos temáticos
- conexión a Internet y la posibilidad de utilizar teléfonos (o tabletas o PC para la investigación)
- folios reciclados y lápices/rotuladores para los bocetos
- varias sábanas blancas viejas (cualquier tamaño)
- colores acrílicos al agua
- recipientes para pintura
- pinceles medianos
- láminas de plástico resistente o cartones grandes abiertos para no ensuciar el suelo o las mesas
- lápices y folios reciclados sobre los que hacer los bocetos
- postes de madera de 3-5 cm con una longitud de unos 2 metros (uno para cada *cantastorie*)
- grapadora
- instrumentos musicales (también hechos con material reciclado).

El *cantastorie* es un tipo de cuentacuentos/espectáculo que utiliza técnicas eficaces de comunicación activa, manifestándolas a través de sonidos, imágenes, palabras, gestos.



Duración:

4 encuentros de 1h30 + 1h para la actuación:

- conocimiento del grupo, elección de las historias y división en subgrupos (de 4-8 personas)
- división de la historia en secuencias; guión gráfico; realización de las telas
- realización de las telas y ensayos
- ensayos
- actuación

Espacio:

Un salón con grandes mesas sobre las que pintar y un espacio vacío para ensayar.

Personas destinatarias:

Personas adultas y jóvenes a partir de 12 años.





Los campos de aplicación de esta técnica pueden ser múltiples: puede ser una forma de teatro comunitario, así como una performance de denuncia. Sin duda es un excelente ejercicio de aprendizaje cooperativo para grupos escolares o grupos de educadores/as-docentes, si se involucran en el momento creativo, y también es una excelente oportunidad para el aprendizaje informal o no formal, según los contextos en los que se proponga. En cuanto a los temas tratados en el proyecto Muses, el *cantastorie* es una herramienta eficaz para reelaborar y difundir conceptos a un público amplio, involucrándolo en la narración y, por lo tanto, haciéndolo participante activo de la historia.

Se propone esta actividad centrada en el tema del proyecto Muses, los estereotipos de género, pero no sólo: por ejemplo, la actividad se probó con un grupo de personas adultas en septiembre de 2021, que querían contar un cuento de la tradición árabe reelaborado por R. Piumini en el libro "*Storie d'un fiato*", titulado "*Gli occhi di Satina*". Véase aquí el texto del cuento

<https://blog.libero.it/Terri19/12647711.html>

Naturalmente, será importante dedicar el espacio justo a la elección de la historia, partiendo del significado de algunas palabras clave como *estereotipo*, *prejuicio*, *desigualdad de género*.

A continuación, algunos criterios que pueden ayudarnos a elegir la historia y comprender si esta contiene elementos que interesan a nuestros temas:

- observar si la historia trata aspectos que conciernen a nuestros temas;
- observar si el/la protagonista o algún otro personaje representa un estereotipo (por ejemplo: la princesa débil, el apuesto y valiente caballero..);
- observar el entorno/contexto en el que se desarrolla la historia y evaluar si es un entorno que tiene prejuicios;

- reflexionar sobre cómo se podrían representar estéticamente los personajes. Naturalmente, si estos aspectos no están todos presentes en la historia, se puede considerar agregarlos en la escritura, para reforzar y dinamizar la historia.

Abordaremos ahora la técnica del *cantastorie*, como una herramienta muy útil para compartir y difundir las reflexiones realizadas en el seno del grupo de trabajo. Trasladamos a continuación las partes esenciales del desarrollo de la técnica del *cantastorie*, desarrolladas en la guía metodológica del proyecto Babel-Erasmus+, elaborado por el mismo grupo de trabajo que aquí escribe, en los años 2017-2019.

Para una descripción de lo que es concretamente la técnica del *cantastorie*, nos remitimos, por tanto, a la guía metodológica elaborada en aquella ocasión: <https://babelerasmusplus.weebly.com/producto-intelectual.html>

Las **fases de trabajo** para llegar a la puesta en escena de un *cantastorie* son las siguientes:

1 La identificación y **elección de la historia** más adecuada para una narración oral, en voz alta, entre las sugeridas por las y los participantes.

Es posible extraer de noticias de acontecimientos (artículos de prensa); historias de tradición oral o escrita; vivencias personales que les hayan sucedido a las y los participantes.

Naturalmente, la elección de la historia debe ser compartida por el grupo.

El texto debe ser simple, directo y claro. es importante que en la redacción de la estructura se organice la división en escenas.

Se recomienda numerarlas, para comprobar cómo quedarán luego organizadas visualmente a través de los dibujos.

2 La identificación del **ritmo de la historia**.

El ritmo marca, anticipa, sorprende y puede crear suspense o cerrar una frase. Es importantísimo para mantener la atención de un público. Y, incluso sin grandes habilidades, todas y todos somos capaces de reconocerlo y seguirlo, así como de captar su variación. Para caracterizar la historia utilizando el ritmo, además de utilizar la estructura rítmica dentro de la historia, se puede utilizar el apoyo de instrumentos musicales clásicos como la guitarra, el acordeón o instrumentos de viento.



Sin embargo, si no se tienen habilidades musicales, usar percusiones simples como tapas, baquetas, silbatos... o cualquier cosa que haga ruido también es efectivo.

El ritmo también puede venir dado por el uso de la voz y las palabras, optando por ralentizar o acelerar algunas partes del texto, jugando también con los volúmenes de la voz o con el tono de la misma. También es posible insertar canciones y sonidos en los que también participe el público. Finalmente, incluso los gestos pueden dar ritmo: la repetición de los movimientos realizados por el coro, o la percusión corporal pueden ser herramientas eficaces para llevar el ritmo utilizando el coro.

3 La **reelaboración** de la historia encontrada por el grupo, a través de la reescritura del texto a partir de la identificación de las imágenes más importantes. Recuerda numerar las escenas que se van a narrar.

4 El uso de **imágenes**

Las imágenes deben corresponder a las escenas identificadas en el texto. Por ello es fundamental diseñar un guión gráfico (un lienzo en constante evolución), para ser ágil en los cambios que van de la mano con la organización del texto y la implicación del coro. Es importante que las imágenes sean simples y nítidas.

Es preferible que las imágenes cuenten algo que el texto no cuente, pero también pueden ser didácticas.

Si se opta por dibujar en tela, es recomendable primero hacer el dibujo con tiza y luego repasar los contornos con el pincel y acrílico negro para finalmente colorear con pinturas acrílicas al agua. El acrílico permite mantener tu trabajo incluso bajo la lluvia o lavar las telas. Si se trabaja con niñas/os o adolescentes, se pueden usar témperas.

A continuación se expone un resumen de posibles "telas de *cantastorie*". La elección de cómo ilustrar tu historia puede ser muy variada.

- **Flip Flop:** el *cantastorie* se compone de varias telas superpuestas y unidas entre sí, como páginas, de modo que se pueden "pasar" como si fuera un bloc de notas. El *Cantastorie* puede pasar las "hojas" de forma independiente o ayudarse del coro.
- **Pergamino:** la tela puede ser muy larga, enrollada vertical u horizontalmente. La tela se "desenrollará" siguiendo la narración, como si se fuera desvelando lentamente una única imagen narrativa. El trabajo se puede realizar de forma manual o mecánica (con un sistema de manivelas).



- **Tela única con recuadros:** toda la historia está ilustrada en una sola tela. Cada escena está encerrada en un recuadro, quizás numerado.

Por supuesto, es posible que estas telas tengan aberturas o "ventanas", por las que pueden aparecer personajes (pequeños títeres o siluetas) u otros dibujos.

S El uso del **coro**

El coro es el elemento intermediario entre la persona narradora y el público: como sucedía en el teatro griego, el coro estimula el pensamiento crítico y la reflexión y enseña a ser ciudadanos/as conscientes y partícipes de la vida de la comunidad. Al mismo tiempo es una herramienta adicional que tiene el *Cantastorie* para movilizar la acción. El coro, en el teatro griego clásico, era considerado como un organismo unitario y es una especie de "personaje colectivo" que baila (o se mueve de forma coordinada), canta y comenta la narración. El coro está formado tradicionalmente por personas "aficionadas" tomadas del público y sometidas a un entrenamiento (ensayo) y está dirigido por un corifeo, que es la persona "directora del coro". El coro, por tanto, participa de la acción, a menudo comenta, a veces encuentra soluciones, casi siempre expresa manifestaciones emocionales y actúa como caja de resonancia (hace repetición y por lo tanto ritmo).

En nuestro grupo de trabajo de 6 podemos tener un/a *Cantastorie*, un/a director/a de coro y 4 miembros del coro.

El *Cantastorie*, por lo tanto, interactúa con el coro, que a menudo amplifica las palabras o frases importantes y enriquece la narración con gestos y sonidos. El coro generalmente está dispuesto a los lados de la tela dibujada, de modo que forme un semicírculo hacia el público para no impedir la visión y está en formación de "racimo" (si está compuesto de muchos miembros, con el más alto al fondo) o en una fila. En relación a la historia puede estar de pie solo de un lado o de ambos lados, los miembros pueden estar todos vestidos de la misma manera (para enfatizar el elemento unitario y resaltar los gestos).

6 El uso de **música** creada incluso con objetos simples.

Si no tiene a disposición músicos/as o especiales habilidades musicales, se vuelve importante incluir en la representación canciones, canciones infantiles y efectos de sonido (quizás creados con materiales de reciclaje - por ejemplo: maracas, hojas de periódico-, o distribuidos a una parte del público se "instruye" en el momento), además de la percusión corporal simple, por ejemplo batiendo palmas o con el pie a ritmo.

7 El uso del **espacio**

El espacio debe ser adecuado para la representación: si la tela es de tamaño limitado (poco visible a distancia), si se prevé poco público, si el grupo del *cantastorie* es pequeño, entonces es mejor elegir un espacio que no sea demasiado grande; al mismo tiempo, no debe ser demasiado pequeño para poder acoger al *cantastorie*, el coro y la tela. También es necesario considerar la comodidad de los gestos previstos (como pasar las páginas de la tela, si se compone de varias páginas; o desenrollarla o cómo coordinar los movimientos del coro). Podría ser funcional tener una plataforma elevada, pero la belleza del *cantastorie* también radica en el hecho de que se desarrolla entre la gente, por lo tanto, "al mismo nivel", incluso metafórico, del público. Si se espera mucho público en una gran plaza, sin tener que recurrir a una plataforma, se puede por ejemplo utilizar un paño que se "sobre-eleva" gracias a unos postes altos, o incluso sostenido por zancudos/as.

En la disposición espacial hay que tener en cuenta que la parte de la acción (que incluye *cantastorie*, tela y coro) formará una especie de semicírculo que se completará con el público, precisamente para dar esa idea de "circularidad" en la que el elenco actoral y público espectador dialogan.



8 Interacción con un **público** amplio, con el objetivo de mantener la atención.

Dado el gran valor social del *cantastorie*, es fundamental que se involucre activamente al público y que sea un público tan participativo como para que la "cuarta pared" sea totalmente flexible y móvil.

El público va a completar el círculo de diálogo y nos remite a lo que cuenta el *Cantastorie*. El público es así interlocutor pero también actor, porque puede estar involucrado; pero también puede convertirse en coro, con una participación mucho más activa que la simple respuesta a una pregunta. Por ejemplo, se puede advertir al público que cada vez que el Cantastorie diga: "llaman a la puerta", tendrá que responder con: "TOC TOC"; o se puede escribir la letra de una canción en grande y claramente visible y pedirle al público que la cante conjuntamente; o incluso se puede invitar al público a hacer gestos codificados. A menudo, para un primer acercamiento "rompehielo", se pide a dos espectadores/as que sujeten los postes que sostienen la tela.



9 La **representación** ante un público.

Es importante que el *Cantastorie* sea reconocible durante la representación: quizás con un sombrero o maquillaje y, especialmente si no está acostumbrado a ser el centro de atención, un disfraz que pueda ayudar a superar la vergüenza. Es importante una pequeña presentación, para explicar lo que se va a ver; se puede advertir ya al público de que tendrá que "ayudar", o puede ser una sorpresa. Durante la representación es importante mantener siempre el contacto visual con el público, al que se puede estimular con preguntas y acciones preparadas de antemano o incluso improvisadas. El cierre puede ser claro y tal vez escribir en la tela final del *cantastorie* la palabra "fin", o puede cerrarse con una canción, pero llamando a los aplausos. Se puede explicar la intención de la actuación, se puede "pasar la gorra" (es decir, pedir una ofrenda), o vender las "hojas volanderas" en las que estén escritas las historias/canciones narradas y finalmente se puede distribuir otro material relacionado con lo que se ha visto.

En particular, la distribución de *hojas volanderas* nos parece eficaz en este contexto, especialmente si la historia que se cuenta está tomada de una noticia. En esta ocasión también sería interesante distribuir los documentos producidos en el taller que se propone en esta guía titulado "Manifest-Acción".

Para profundizar en
Los proyectos de
formación ya
realizados con la
técnica del
cantastorie:

https://issuu.com/theadventureofreading/docs/att_loc_it_cantastorie_-_monza_e_





MUSAS

