

Recurs pedagògic sobre **CIBERASSETJAMENT**

Activitats formatives des de la perspectiva de gènere

LA CONSTRUCCIÓ DEL CONCEPTE DE GÈNERE

MÒDUL 1

Adreçat a professorat d'educació secundària,
batxillerat i cicles formatius i a professionals de
l'educació en el lleure

DRAC MÀGIC
CULTURA AUDIOVISUAL



Ajuntament de
Barcelona



Títol del recurs: Recurs pedagògic sobre ciberassetjament: activitats formatives des de la perspectiva de gènere.
Recurs pedagògic editat pel CIRD, Centre per a la Igualtat i Recursos per a les Dones. Regidoria de Dona i Drets Civils, Ajuntament de Barcelona, 2014.
Elaborat per l'equip pedagògic de Drac Màgic, amb la col·laboració de Miquel Missé i Fundació Salut i Comunitat.
Direcció de continguts: Marta Nieto Postigo
Edició audiovisual: Àngela Balcells i Olga Bayo
Disseny gràfic: Jorge Gutiérrez

Llicència: Creative Commons Reconeixement - No Comercial - Sense Obra Derivada

Aquest manual està protegit per una llicència Creative Commons Reconeixement - No Comercial - Sense Obra Derivada i, per tant, aquesta obra es pot copiar, distribuir i comunicar públicament sota les condicions següents:

Reconeixement: s'han de reconèixer i citar les autores originals.

No comercial: no es pot fer servir l'obra per a finalitats comercials.

Sense obres derivades: no es pot alterar, transformar o generar una obra derivada de l'obra original.



MÒDUL 1

LA CONSTRUCCIÓ DEL CONCEPTE DE GÈNERE

TEMA 1

Mites i Poder

Activitat 1

Identitat de gènere: cultura i història

Activitat 2

Mites, estereotips i violència simbòlica

Activitat 3

Desigualtat i abusos de poder: ampliació de la violència simbòlica a la xarxa



TEMA 2

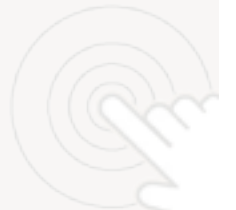
La convivència del gènere i la vida en línia

Activitat 1

La vida en línia: connectivitat, immediatesa, simultaneïtat i caducitat

Activitat 2

Exhibicionisme i voyeurisme



ACTIVITAT 1

Identitat de gènere: cultura i història (1 de 2)

Descripció

Reflexió personal i grupal entorn dels estereotips de gènere. Amb aquesta activitat es vol esbrinar la influència dels estereotips de gènere en la manera de ser i de comportar-se dels nois i noies.

Objectius

- Prendre consciència i qüestionar els estereotips de gènere i les limitacions que exerceixen a l'hora de viure en plena llibertat.
- Aprendre la diferència entre els conceptes de sexe i gènere.
- Identificar els canals a través dels quals arriben els missatges estereotipats.

Dinàmiques

Es divideix el grup en subgrups de 4 a 6 persones. Cada grup redacta dues llistes, una amb característiques físiques i atributs de personalitat associats als nois i una altra amb característiques físiques i atributs de personalitat associats a les noies.

Es posen en comú els resultats i s'escriu a la pissarra una única llista amb les aportacions de cada grup. A partir d'aquesta llista final es pot dinamitzar la discussió tot seguint les següents propostes de reflexió:

- Com som percebuts i percebudes per l'altre sexe? Observar el grau de coincidència. Tots els subgrups han atribuït les mateixes característiques a les noies per una banda i als nois per una altra? Els ha costat posar-se d'acord?
- Les diferències entre ambdós sexes responen a trets biològics o són atribuïbles a la transmissió cultural? Diferenciar les característiques biològiques (sexe) de les socials (gènere).
- Observar les atribucions de les dues columnes finals de la pissarra i valorar quines prefereix cadascú. Per què?
- Reflexionar al voltant de les possibles conseqüències de la transgressió del model tradicional de gènere: càstig social i exclusió. Pensar quines mesures podríem prendre individualment i com a grup per canviar-les.
- Reflexionar al voltant de la sobrevaloració dels atributs masculins i la desvalorització dels femenins. Buscar la relació amb el fet que les dones s'incorporin al model masculí però els homes no s'incorporin al femení.

ACTIVITAT 1

Identitat de gènere: cultura i història (2 de 2)

Material

- Una aula amb pissarra i guix o retoladors.
- Paper i llapis.

Temporalització

1 hora.

Devolucions clares per als i les joves

Els estereotips són models de comportament social basats en opinions preconcebudes i valors que vénen determinats per la tradició cultural d'una comunitat, que canvia segons el context històric i geogràfic. Són construccions simbòliques i, per tant, modificables.

Els estereotips de gènere són altament limitadors de l'experiència personal, que és múltiple i diversa. Aquesta censura pot traduir-se en violències socials i discriminació contra les persones que incompleixen les normes socials.

Pel que fa als atributs de gènere, aquells tradicionalment associats a la masculinitat tenen més prestigi social que els associats a la feminitat. Pensem en una simple inversió de rols: veiem "normal" que una dona s'incorpori al model masculí, però si un home s'incorpora al model femení resulta còmic.

Cal trencar amb la conceptualització binària de contraris: racional/emocional; actiu/passiu; independent/dependent; fort/dèbil, etc. Ser "home" no consisteix a no ser "dona". Igualment, ser "dona" no consisteix a no ser "home".

Cal reconèixer el dret a la igualtat, el respecte a les diferències i l'oposició a la desigualtat. Les característiques individuals són personals, amb independència del sexe i, per tant, no s'haurien de supeditar als estereotips ni els mites sobre el gènere.



Descripció

A partir del material audiovisual proposat, reflexionem al voltant del paper dels mitjans de comunicació i les xarxes socials en tant que eines per reproduir o qüestionar els estereotips de gènere.

Objectius

- Reflexionar entorn de les formes amb què els mitjans de comunicació i les xarxes socials reproduïxen i naturalitzen els estereotips de gènere.
- Conèixer altres discursos crítics, dissidents i no sexistes en els quals l'autoritat femenina tingui un espai de representació.

Dinàmiques

Realitzar el visionat conjunt dels anuncis **One Million** i **Lady Million** de Paco Rabanne, i el fragment de la sèrie **Els Picapedra**. Tot seguit, es proposa obrir un debat sobre els següents ítems:

- Com es presenten els homes i les dones en aquests fragments?
- Quins valors s'associen a la masculinitat i a la feminitat?

- Què pensen d'aquestes representacions?

Realitzar el visionat conjunt dels vídeos **Like a girl**, la publicitat de **Goldie Box** i el projecte **La peluca de Luca**. Després, dinamitzar la discussió a partir de les següents preguntes:

- Què us sembla la proposta que fan els vídeos?
- Quins valors estan qüestionant?
- Els mitjans de comunicació i les xarxes socials poden servir per subvertir els mites sexistes?
- Coneixeu altres projectes similars?

Podeu compartir-los amb la resta de companys i companyes.

ACTIVITAT 2

Mites, estereotips i violència simbòlica (2 de 2)

Material

- Una aula amb pissarra, projector, altaveus i ordinador amb connexió a Internet.
- Material audiovisual: Campanya publicitària de Paco Rabanne (*One Million* i *Lady Million*), fragment de la sèrie *Els Picapedra*, la campanya *Like a girl*, l'anunci de *GoldieBox* i el vídeo del projecte de coeducació *La Peluca de Luca*.



[Clic aquí per veure els vídeos \(requereix connexió a internet\)](#)

Temporalització

1 hora.

Devolucions clares per als i les joves

Els estereotips de gènere presents en els mitjans de comunicació i les xarxes socials reproduïen i fomenten una idea molt rígida entorn de les categories dona i home, nena o nen.

Tant la campanya de Paco Rabanne com el fragment de dibuixos animats transmeten una idea molt estereotipada dels valors associats a la masculinitat (espai públic, poder, seguretat, riquesa, dominació, etc.) i a la feminitat (importància de la bellesa física, espai domèstic, amor romàntic, etc.).

Aquests referents tenen un pes molt important en el nostre imaginari perquè ens presenten uns models determinats i n'oculten d'altres.

Els tres materials audiovisuals del segon bloc ens permet anar més enllà i visibilitzar altres models de representació alternatius i crítics amb el sexisme. *Like a girl* visibilitza i analitza les assignacions que es fan a nois i noies, i posa l'èmfasi en la manera com els atributs relacionats amb la feminitat i amb la masculinitat sovint es perceben de manera contraposada.

L'anunci de GoldieBox trenca estereotips relacionant a les nenes protagonistes a valors i gustos tradicionalment associats a la masculinitat. *La peluca de Luca* posa en escena una situació on s'incompleixen les normes de gènere sense cap càstig resultant.

ACTIVITAT 3

Desigualtat i abusos de poder: ampliació de la violència simbòlica a la xarxa (1 de 2)

Descripció

Reflexió personal i en grup entorn de les xarxes socials com a altaveus dels valors sexistes. Amb aquesta activitat es pretén analitzar de quina forma les xarxes poden no només reproduir els estereotips de gènere vigents en la nostra societat sinó generar noves formes de desigualtat i abús.

Objectius

- Identificar les noves formes de sexisme que tenen lloc a la xarxa.
- Prendre consciència del paper de les xarxes socials en la promoció del sexisme.
- Reflexionar sobre els riscos d'alguns comportaments en línia.

Dinàmiques

Formar una filera al centre de l'aula. A continuació es dirà una frase i l'alumnat s'haurà de posicionar en funció de si està d'acord o no. La frase és la següent: "Internet i les xarxes socials promocionen valors sexistes". Es demana que aquells que estiguin d'acord es situïn a un dels costats i els que no hi

estiguin d'acord a l'altre. Un cop tots i totes estan asseguts es dona pas a un debat en què cada costat exposarà els seus arguments. Els i les joves poden canviar de lloc al llarg del debat. La discussió es pot dinamitzar seguint la següent proposta:

- Per què penseu que la xarxa promociona o no els valors sexistes? Quins riscos té? Quins exemples coneixeu?

La pel·lícula *The Social Network (La red social*, David Fincher, 2010) relata els orígens de Facebook, la intencionalitat del seu creador en un inici, el desenvolupament del projecte cap a una xarxa oberta a públics més amplis i els conflictes d'interessos que van sorgir entre les persones involucrades. Per dinamitzar el debat, visionar el fragment proposat i conduir la reflexió a través de les següents qüestions:

- Quins són els orígens de la xarxa social Facebook? Us semblen ètiques les intencions del seu creador?
- Creieu que estava pensada per usuaris o per usuàries? Per què?
- Creieu que allò que mostra aquest fragment es pot considerar ciberassetjament? Per què? S'hi exerceix algun tipus de violència? Quina?
- Quins altres tipus de violència en línia o ciberassetjament coneixeu? Heu participat alguna vegada en accions semblants? Les heu patides?

Acabar la sessió amb la campanya de les Nacions Unides contra la discriminació en xarxa: **Women Should** de United Nations Women.

ACTIVITAT 3

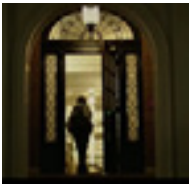
Desigualtat i abusos de poder: ampliació de la violència simbòlica a la xarxa (2 de 2)

La campanya respon a cerques reals realitzades a Google el març de 2013, on es reflecteixen sentiments negatius vers les dones, estereotips sexistes i, fins i tot, la negació absoluta dels seus drets.

- Quin creieu que és el seu objectiu? Quins recursos visuals s'han utilitzat per a que les cerques causin més impacte? Funciona?
- Feu la mateixa recerca que proposa la campanya. Busqueu “Els homes són” i “Les dones són” a Google. Segueixen apareixent estereotips sexistes? Creieu que la campanya de les Nacions Unides pot haver tingut alguna cosa a veure?

Material

- Una aula amb pissarra, projector, altaveus i ordinador amb connexió a Internet.
- Fragment del film *The Social Network* (*La red social*, David Fincher, 2010).
- Imatges de la campanya *Women should* de l'ONU.



[Clic aquí per veure els vídeos](#)
(requereix connexió a internet)



Temporalització

1 hora.

Devolucions clares per als i les joves

El ciberespai i, especialment, les xarxes socials no són espais neutres sinó que promouen i divulguen discursos de tot tipus. Cal parar esment quan les utilitzem i tenir, en tot moment, una mirada crítica sobre els missatges que poden comunicar.

Cal reflexionar críticament sobre el paper de les xarxes socials en relació amb la divulgació de discursos discriminatoris al voltant del gènere, la sexualitat, i les noves pràctiques d'assetjament. La immediatesa i l'anonimat de les xarxes socials han posat sobre la taula noves formes d'exercir aquestes violències.

El recurs pedagògic inclou un **glossari** de termes relacionats amb la vida en línia i el ciberassetjament. Es recomana al professorat tenir en compte els termes descrits per al desenvolupament de la sessió.

ACTIVITAT 1

La vida en línia: connectivitat, immediatesa, simultaneïtat i caducitat (1 de 2)

Descripció

Recerca en línia per calcular l'empremta digital pròpia.

Objectius

- Entendre el concepte d'empremta digital.
- Reconèixer la pròpia empremta digital i prendre consciència de les conseqüències de les nostres accions en línia.
- Identificar algunes de les característiques del món digital: immediatesa, simultaneïtat, caducitat/perdurabilitat.

Dinàmiques

És preferible que l'activitat es realitzi individualment, és a dir, que cada persona participant tingui accés a un ordinador. La pràctica consisteix a buscar el nostre nom a un cercador (Google, Bing, etc.) i esbrinar quines dades hi apareixen. Anotar quant temps fa que hi són i com han arribat fins allà. Posar-ho en comú amb la resta de companys i companyes.

D'on prové la major part de les dades? Quines són les xarxes socials des de les quals es pot accedir a més informació personal? Investigar conjuntament les opcions de privacitat que ofereixen en cada cas aquestes xarxes i plantejar les següents propostes per a la reflexió:

- Havíeu llegit alguna vegada la política de privacitat de les xarxes on participeu? Trobeu important fer-ho?
- Per llegir les condicions de privacitat i ús de dades de totes les xarxes on una persona participa es trigaria, de mitja, més de 70 jornades de 8 hores. És normal que no ho puguem llegir tot, però, aleshores, quines mesures prendríeu per estar informats i informades del que es fa amb les vostres dades?
- Tenim la sensació que les coses que compartim a les xarxes caduquen de seguida perquè desapareixen ràpidament del mur d'actualitats però, al contrari del que pot semblar, la tinta electrònica costa molt d'esborrar-se. Sabríeu quines mesures prendre per esborrar alguna informació vostra d'Internet?
- Penseu la data de caducitat que us agradaria que tingués cadascuna de les informacions que heu trobat sobre vosaltres.

Material

- Una aula amb pissarra, projector, altaveus i ordinador amb connexió a Internet.
- Llapis i paper.

Temporalització

1 hora.

Devolucions clares per als i les joves

Viure en línia i, especialment, participar de les xarxes socials suposa deixar una empremta digital que pot ser fàcil de rastrejar per altres persones. És senzill penjar i compartir contingut personal a Internet, però no és gens senzill eliminar-lo.

A diferència del que es pot pensar, esborrar la tinta electrònica és molt difícil i, per tant, cal actuar amb consciència i responsabilitat a l'hora de compartir a Internet informació de qualsevol tipus.

La privacitat és un bé immaterial molt valuós. Totes les xarxes socials posen a disposició de les persones usuàries una política de privacitat que han de respectar. Assabentar-se de les opcions que s'ofereixen en cada cas i fer-ne un ús adient millora l'experiència de la vida en línia a llarg termini.

Descripció

A partir del material audiovisual proposat, reflexionem al voltant de com mirem i com ens mostrem a Internet i, especialment, a les xarxes socials.

Objectius

- Identificar alguns dels mecanismes que intervenen en la construcció de la identitat digital.
- Conèixer algunes formes de perpetuació dels estereotips de gènere a les xarxes.
- Reflexionar al voltant dels comportaments propis a les xarxes.
- Entendre els significats de conceptes com voyeurisme o exhibicionisme i la manera com determinen alguns usos de les xarxes socials.

Dinàmiques

Realitzar el visionat conjunt del curtmetratge **Morado**, de Néstor Fernández. Tot seguit, dinamitzar la reflexió mitjançant aquestes propostes:

- La protagonista del curtmetratge sembla estar ensopida en un avorriment profund. Què fa per superar-lo? Per què creieu que ho fa? Quin tipus de satisfacció busca?
- Creieu que **Morado** podria ser protagonitzat per un noi? Per què?

Després d'analitzar el vídeo, dividir la classe en grups de 4 a 6 persones. Proposar que cada grup esculli una web (blog o Tumblr) que els agradi o que no els agradi. Per això seria recomanable que cada grup comptés amb un ordinador amb accés a internet.

Demandar que l'analitzin i que expliquin a la resta de companys i companyes per què l'han triada, quin tipus d'informació s'hi penja, què els aporta personalment aquesta informació, com van conèixer la web i quina relació tenen amb la persona que hi ha al darrere (la coneixen cara a cara, la coneixen virtualment, només segueixen les seves actualitzacions...).

ACTIVITAT 2

Exhibicionisme i voyeurisme

(2 de 2)

Material

- Una aula amb pissarra, projector, altaveus i ordinador amb connexió a Internet (es recomana comptar amb un ordinador amb accés a Internet per grup).
- Material audiovisual: **Morado**, de Néstor Fernández.



[Clic aquí per veure el vídeo](#)
(requereix connexió a internet)



Temporalització

1 hora.

Devolucions clares per als i les joves

Les xarxes socials són plataformes a través de les quals mirem i ens deixem mirar. Ser-ne conscients ens porta a plantejar-nos com volem mostrar-nos.

Tradicionalment, els homes han estat els subjectes que miraven i les dones han estat els objectes mirats. Encara avui en dia la societat arrossega vestigis d'aquesta tradició masclista, que exerceix violència simbòlica sobre les dones i les noies.

És per això que, sovint, les noies i els nois experimenten de manera diferenciada i des de punts de vista oposats comportaments com el voyeurisme i l'exhibicionisme en línia.

La cultura de l'autopromoció, la recerca de seguidors i seguidores i l'obsessió pels "m'agrada", entre d'altres, fomenten la part menys engrescadora de les xarxes socials, i ho fan en detriment de la seva capacitat associativa i cooperativa.

Atès l'existència de webs que s'alimenten exclusivament de consells i pràctiques exhibicionistes, el cas extrem que proposa aquest curtmetratge pot servir per valorar conjuntament maneres d'evitar-les.

Recomanem que preu atenció a comentaris que puguin ser signes de risc en relació amb el consum i la participació a webs que incentivin l'anorèxia, la bulímia o altres pràctiques de violència contra el propi cos. El professorat haurà d'evitar que el debat s'encamini cap a tòpics masclistes com ara les denúncies falses o altres terrenys poc o gens interessants.