

SHANARANI YOUTH-LED

*Este libro
reúne toda la
investigación,
los pilotajes,
el
aprendizaje
y los
resultados
del proyecto
Shanarani*



Cofinanciado por
la Unión Europea

2020-1-UK01-KA205-078035

IARS Publications

Unit J308, The Biscuit Factory, Drummond Road, London, SE16 4DG

contact@iars.org.uk | www.iars.org.uk

IARS Publications es una editorial independiente especializada en ciencias sociales y políticas. Es miembro del Committee on Publication Ethics (COPE) y tiene una misión no lucrativa. Cuenta con el apoyo del Instituto Internacional IARS, que es una importante ONG internacional cuya misión es dar a todas las personas la oportunidad de forjar una sociedad más segura, justa e integradora.

Publicado en Reino Unido por IARS Publications

© 2022 IARS Publications

Se han afirmado los derechos morales del autor

Primera publicación: junio 2022

© 2022 selección y redacción, Desiree Noriega

Traducción realizada por Ana Lancha de Asociación Caminos

El derecho de IARS Publications a ser identificado como autor del material editorial, y de los autores para sus capítulos individuales, se ha hecho valer de acuerdo con las secciones 77 y 78 de la Ley de Derechos de Autor, Diseños y Patentes de 1988.

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de este libro puede ser reimpressa o reproducida o utilizada en cualquier forma o por cualquier medio electrónico, mecánico o de otro tipo, conocido o inventado en el futuro, incluyendo la fotocopia y la grabación, o en cualquier sistema de almacenamiento o recuperación de información, sin el permiso por escrito de IARS Publications. No debe hacer circular este libro en ninguna otra encuadernación o cubierta y debe imponer la misma condición a cualquier adquirente.

Aviso de marca comercial: Los nombres de los productos o de las empresas pueden ser marcas comerciales o marcas registradas, y se utilizan únicamente para su identificación y explicación sin intención de infringirlas.

Base de datos de derecho: IARS Publications (creador)

Datos de catalogación de la Biblioteca Británica

ISBN: 978-1-907641-61-9

ÍNDICE DE CONTENIDOS

03 PRÓLOGO

Daniel J Gallup - becario en IARS y miembro de YAB

04 INTRODUCCIÓN

Desiree Noriega - IARS International Institute

09 RESUMEN

Desiree Noriega - IARS International Institute

15 RESULTADOS Y RECOMENDACIONES

*Reino Unido - Desiree Noriega; España - Vanessa Pittl;
Italia - Danica Molitorova, Grecia - Dimitrios Patsalidis;
Rumanía - Emma Dragnei*

29 ANEXOS



PRÓLOGO

Me llamo Daniel James Gallup y soy becario de comunicación y política en Sculpt. Soy el producto de mujeres fuertes que me criaron con la comprensión de que no hay una definición establecida de lo que significa ser un hombre o una mujer. Los estereotipos anticuados que siguen perpetuándose en nuestra sociedad han hecho mucho daño. Estoy muy agradecido de haber visto desde pequeño a mi padre mostrarme el poder de la sensibilidad al llorar con algunas de sus películas favoritas como *Field of Dreams*. Estoy agradecido de haber podido ver a mi madre demostrar su presencia imponente al luchar por las cosas en las que cree alzando la voz para que su mensaje llegue más claramente. Mi hermana tiene un sentido del humor que se acerca más a los rasgos de un chico adolescente, pero se ríe con orgullo de estas bromas más «inmaduras». En esta gratitud que tengo por la familia progresista que me crio mostrándome el valioso espectro que existe en ser un ser humano que durante demasiado tiempo solo se definió como hombre o mujer, también tengo el reconocimiento de que no todo el mundo ha recibido este matiz. Shanarani pretende hacer precisamente eso. El propio término marca inmediatamente el tono del contenido de este libro. No hay ninguna razón para que llorar se considere femenino y gritar masculino. Las estrechas definiciones que dividen a hombres y mujeres han hecho que ambos se hayan sentido asfixiados durante demasiado tiempo. Este libro arroja luz sobre las áreas que han sido oscurecidas por estas divisiones durante demasiado tiempo.

INTRODUCCION

*¿De qué
trata el
proyecto?*

NUESTRO PROYECTO

Quiénes somos

El proyecto Shanarani Youth-led es un proyecto Acción Clave 2 de Erasmus+ financiado por la Unión Europea.

Su objetivo es identificar y abordar los estereotipos de género entre las personas jóvenes y ayudarles a reducir la influencia de los estereotipos negativos o irreales en su vida.

Es la continuación de un proyecto que tuvo lugar de 2017 a 2019, pero se diferencia por estar dirigido por jóvenes. En lugar de que el personal formador actúe como profesorado, lo hace como facilitadores/as con un enfoque centrado en el usuario para abordar los estereotipos de género, permitiendo a las personas jóvenes investigar e identificar los estereotipos por sí mismas y crear nuevos y más atractivos modelos a seguir.

La palabra shanarani proviene originalmente del pueblo indígena purépecha y es una palabra de género neutro que significa «*caminante*».

El proyecto pretende poner de relieve los estereotipos y roles de género que se nos asignan al nacer y a través de nuestro entorno social, y abordar la influencia diaria de estos estereotipos y constructos.

Reducir los roles y constructos de género negativos e irreales permite que la creatividad y la imaginación crezcan y que los/as jóvenes alcancen nuevas metas en su vida.



género

Del lat. *genus*, -*ĕris*.

sustantivo

El género se refiere a los roles, las características y oportunidades definidos por la sociedad que se consideran apropiados para los hombres, las mujeres, los niños, las niñas y las personas con identidades no binarias. [...] No es un concepto estático, sino que cambia con el tiempo y de lugar.

Objetivos clave

El proyecto tenía como objetivos:

- Permitir a las personas jóvenes identificar los estereotipos realistas y no realistas en los programas de televisión y las películas;
- Capacitarles para deconstruir estos estereotipos y los roles de género que les asigna la sociedad;
- Elaborar una guía de formación para que los/as trabajadores/as juveniles aborden estas cuestiones con las personas jóvenes y mejoren sus prácticas de trabajo;
- Promover buenas prácticas de educación de género y sensibilizar sobre los estereotipos de género;
- Difundir los resultados del proyecto y sensibilizar sobre el problema a los diferentes grupos y comunidades objetivo.

Metodología

El proyecto Shanarani Youth-led se basa en la investigación y las metodologías de la experiencia de las organizaciones socias que participan en el proyecto, así como en los ejemplos de buenas prácticas del proyecto Shanarani de 2017.

El proyecto se lleva a cabo a nivel transnacional en toda Europa por las siguientes organizaciones socias:

- **Rumanía:** Centrul Pentru Dezvoltare Comunitara Durabila (CDCD)
- **España:** Asociación Caminos para el Intercambio, Educación y Desarrollo Social (Caminos)
- **Grecia:** Symplexis
- **Reino Unido:** Independent Academic Research Studies International Institute.(IARS)
- **Italia:** InEuropa SRL

Para nuestro **primer producto intelectual (IO1)**, desarrollamos el plan de estudios Shanarani y creamos dos programas de formación dirigidos tanto a las personas jóvenes como a los/as trabajadores juveniles. El objetivo de la formación es abordar la discriminación de género entre jóvenes utilizando los medios del cine, el teatro y la actuación. Ayuda a las personas jóvenes a identificar y abordar la reproducción de estereotipos en estos medios y les permite crear/experimentar un sentido de individualidad y nuevos modelos de conducta en nuestra sociedad.

Hemos impartido este programa de formación a 166 jóvenes y 138 trabajadores/as juveniles de toda Europa y hemos recibido comentarios muy positivos. Se elogió el enfoque innovador e interesante de utilizar el cine y la televisión para involucrar a la juventud en el tema.

Durante el **producto intelectual 2 (IO2)**, desarrollamos y entregamos un juego en línea dirigido a jóvenes y a profesionales que trabajan en el ámbito de la juventud. El juego se probó con más de 100 jóvenes en Europa y ha llegado a más de 7271 personas en total.

El **producto intelectual 3 (IO3)** mostró el desarrollo del juego en forma de app: *Shanarani Game*. Fue probada por 100 participantes, de los/as cuales 62 completaron el formulario de retroalimentación.

Al final del periodo de ejecución del proyecto, cada entidad social organizó un **evento multiplicador** en sus respectivos países para promover y difundir la metodología Shanarani entre trabajadores/as juveniles, partes interesadas nacionales y jóvenes.

Los eventos multiplicadores presentaron el proyecto, sus objetivos y resultados. Todas las organizaciones sociales incluyeron una presentación del programa de formación desarrollado en IO1 de forma práctica y tuvieron una sesión de demostración en vivo de la plataforma en línea y la app.

Los actos incluyeron un formulario de evaluación para obtener la opinión de todas las personas participantes.



RESUMEN

Shanorani Youth-Led Project



*Resultados
de las
actividades
en todos los
países
participantes*





TALLERES

JÓVENES

EN NUESTROS TALLERES DIRIGIDOS A JÓVENES SE UTILIZARON LA TELEVISIÓN Y LAS PELÍCULAS PARA CREAR CONTENIDOS MÁS ATRACTIVOS Y CERCANOS A LAS PERSONAS JÓVENES

TRABAJADORES/AS JUVENILES

LOS/AS TRABAJADORES/AS JUVENILES RECIBIERON UN NUEVO E INNOVADOR MODO DE ABORDAR LOS TEMAS DIFÍCILES Y DE MEJORAR SUS PRÁCTICAS

TALLERES

Durante 2021 se impartieron 28 talleres en toda Europa, con un total de 166 personas jóvenes formadas en el programa Shanarani Youth-led.

TALLERES

Entre mayo y septiembre de 2021 se impartieron 22 talleres en toda Europa con un total de 138 trabajadores/as juveniles formados/as en el programa Shanarani Youth-led.

RESULTADOS CLAVE

Estar dirigido por jóvenes permitió a los/as participantes debatir ciertos temas difíciles de discutir en un entorno más formal. El uso de medios de comunicación resultó atractivo, ya que se pudo debatir sobre el género de manera atractiva a la vez que se aprendía cómo los medios pueden influir y perpetuar los estereotipos.

RESULTADOS CLAVE

Los/as profesionales encontraron los talleres atractivos y consideraron que el material era único, útil y exitoso en su forma de presentar los estereotipos a las personas jóvenes.

CONCLUSIÓN

El material creado fue útil para las personas jóvenes y les permitió mejorar el conocimiento y la comprensión del tema. Además, el hecho de estar dirigido por jóvenes ofreció la oportunidad de ampliar el tema y crear un efecto más duradero.

CONCLUSIÓN

Los talleres deben adaptarse a la cultura nacional. Si se dispone de películas nacionales, deben incluirse.

Los talleres se recomiendan para grupos pequeños (máx. 10 participantes).



PLATAFORMA



JÓVENES

NUESTRA PLATAFORMA ESTÁ CREADA COMO UNA SERIE DE JUEGOS QUE LLEVAN A LAS PERSONAS JÓVENES A UN VIAJE DE AUTODESCUBRIMIENTO

TRABAJADORES/AS JUVENILES

LAS PERSONAS QUE TRABAJAN EN EL ÁMBITO DE LA JUVENTUD EVALUARON LA PLATAFORMA Y SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTA A LA HORA DE TRABAJAR CON JÓVENES

PARTICIPANTES

Un total de 114 jóvenes completaron la encuesta tras el pilotaje de la plataforma.

PARTICIPANTES

Un total de 63 trabajadores/as juveniles dejaron su opinión tras completar el curso.

RESULTADOS CLAVE

Aunque las personas participantes conocían el tema de los estereotipos de género, no eran conscientes de su prevalencia en el cine y la televisión.

RESULTADOS CLAVE

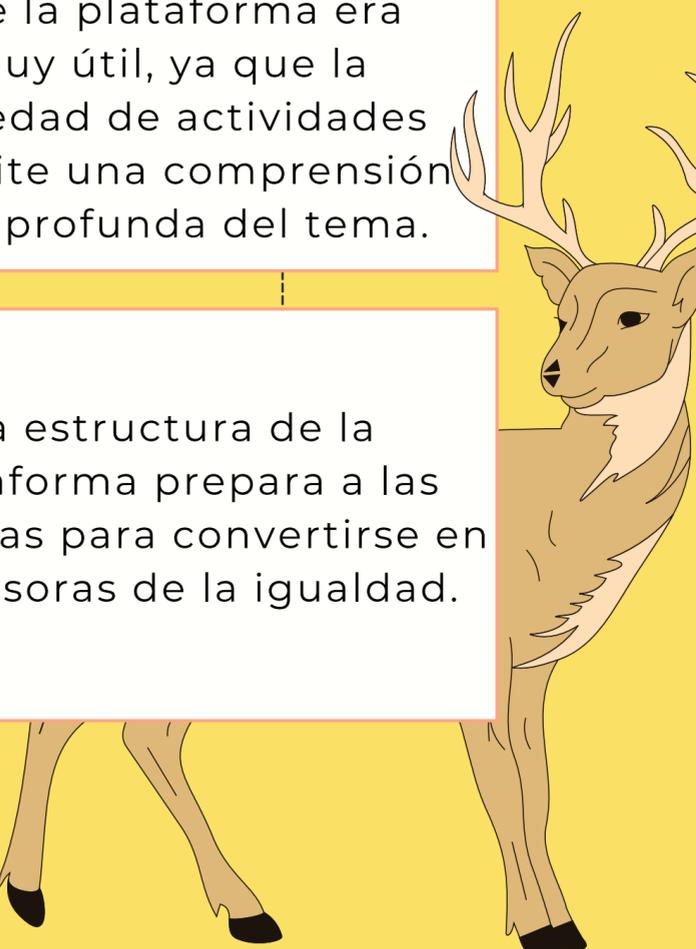
Los/as trabajadores/as juveniles consideraron que la plataforma era muy útil, ya que la variedad de actividades permite una comprensión más profunda del tema.

CONCLUSIÓN

La plataforma ayudó a las personas jóvenes a comprender su papel en la concienciación de los estereotipos en la sociedad.

CONCLUSIÓN

La estructura de la plataforma prepara a las personas para convertirse en defensoras de la igualdad.



[Eche un vistazo a la plataforma aquí](#)

APP



JÓVENES

LA APP PERMITE A LOS/AS NIÑOS/AS Y JÓVENES APRENDER DESDE CUALQUIER LUGAR

TRABAJADORES/AS JUVENILES

LA APLICACIÓN PODRÍA UTILIZARSE COMO UNA HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE ADICIONAL PARA PROFESIONALES

PARTICIPANTES

De las 60 personas participantes en el pilotaje, 28 jóvenes completaron la encuesta.

PARTICIPANTES

De los/as 100 usuarios/as que se descargaron la app, 32 personas que trabajan en el ámbito de la juventud completaron el formulario de retroalimentación.

RESULTADOS CLAVE

Los/as jóvenes disfrutaron de la oportunidad de aprender sobre este tema a través de una app.
Las personas participantes pensaron que los juegos y la estructura eran innovadores y útiles.

RESULTADOS CLAVE

La experiencia del juego y su contenido demostraron ser útiles como material educativo adicional en clase.
Se observó que la app podía ser utilizada por personas de todas las edades, pero se aconseja la supervisión de un/a adulto/a.

CONCLUSIÓN

Disponer de este tipo de contenido en forma de juego que puede descargarse como aplicación resultó muy útil, ya que permite a los/as jóvenes compartir un vínculo y aprender sobre el tema en cualquier momento y lugar.

CONCLUSIÓN

Tener un enfoque innovador para utilizar con las personas jóvenes enriquece las prácticas y hace que la experiencia con jóvenes sea más atractiva y emocionante.

[Eche un vistazo a la app aquí](#)



RECOMENDACIONES POLÍTICAS

Los estereotipos de género son endémicos, pero no inevitables. Es necesario que las escuelas, el gobierno y los organismos educativos adopten medidas constantes y continuas para combatirlos.

Nivel nacional:

- Organizar jornadas nacionales para celebrar la diversidad y la libertad de elección de todos los géneros.

El Departamento de Educación (DfE) debe hacer urgentemente de la lucha contra el sexismo y el acoso sexual en las escuelas una prioridad política. DfE debería:

- Emitir orientaciones para todas las escuelas sobre cómo prevenir y responder al acoso y la violencia sexual. Estas orientaciones deberían elaborarse en consulta con especialistas en violencia sexual, profesionales de la educación y sindicatos de la enseñanza.
- Crear un fondo para apoyar a las organizaciones especializadas del sector para que presten apoyo a las escuelas en la lucha contra el sexismo y el acoso sexual.
- Garantizar que el plan de estudios de relaciones y educación sexual (RSE), en todas las etapas clave, esté diseñado para prevenir el sexismo y el acoso sexual entre los/as niños/as y los/as jóvenes y que el profesorado de RSE tenga acceso a un desarrollo profesional de alta calidad.

Proveedores de formación inicial del profesorado

- La formación sobre cómo abordar el sexismo debería ser un componente básico y obligatorio de todos los cursos de formación inicial del profesorado.
- La formación sobre cómo impartir talleres dirigidos por jóvenes debería ser obligatoria

Escuelas

- Integrar cursos y actividades obligatorias sobre estereotipos de género en los planes de estudio de los distintos niveles
- Integrar acciones sobre los estereotipos de género desde el nivel preescolar
- Adoptar un «enfoque escolar integral» para abordar el sexismo, adoptando lo siguiente:
 - Un marco institucional: establecer una estrategia, apoyarla mediante la política escolar e impulsarla con el liderazgo.
 - Desarrollar la capacidad del personal: dotar al profesorado y a todo el personal de las habilidades, los conocimientos y los recursos necesarios para comprender, identificar y abordar el sexismo, incluso mediante la oferta de oportunidades de formación.
 - Capacitar al alumnado: permitir que los/as estudiantes discutan y aprendan sobre el sexismo, que denuncien los incidentes y que actúen por la igualdad.



estereotipo

Del gr. στερεός stereós 'sólido' y τύπος týpos 'molde'.

sustantivo

Una creencia fija y excesivamente generalizada sobre un grupo o clase de personas en particular, sin tener siempre pruebas o hechos que demuestren que esta idea sea real.

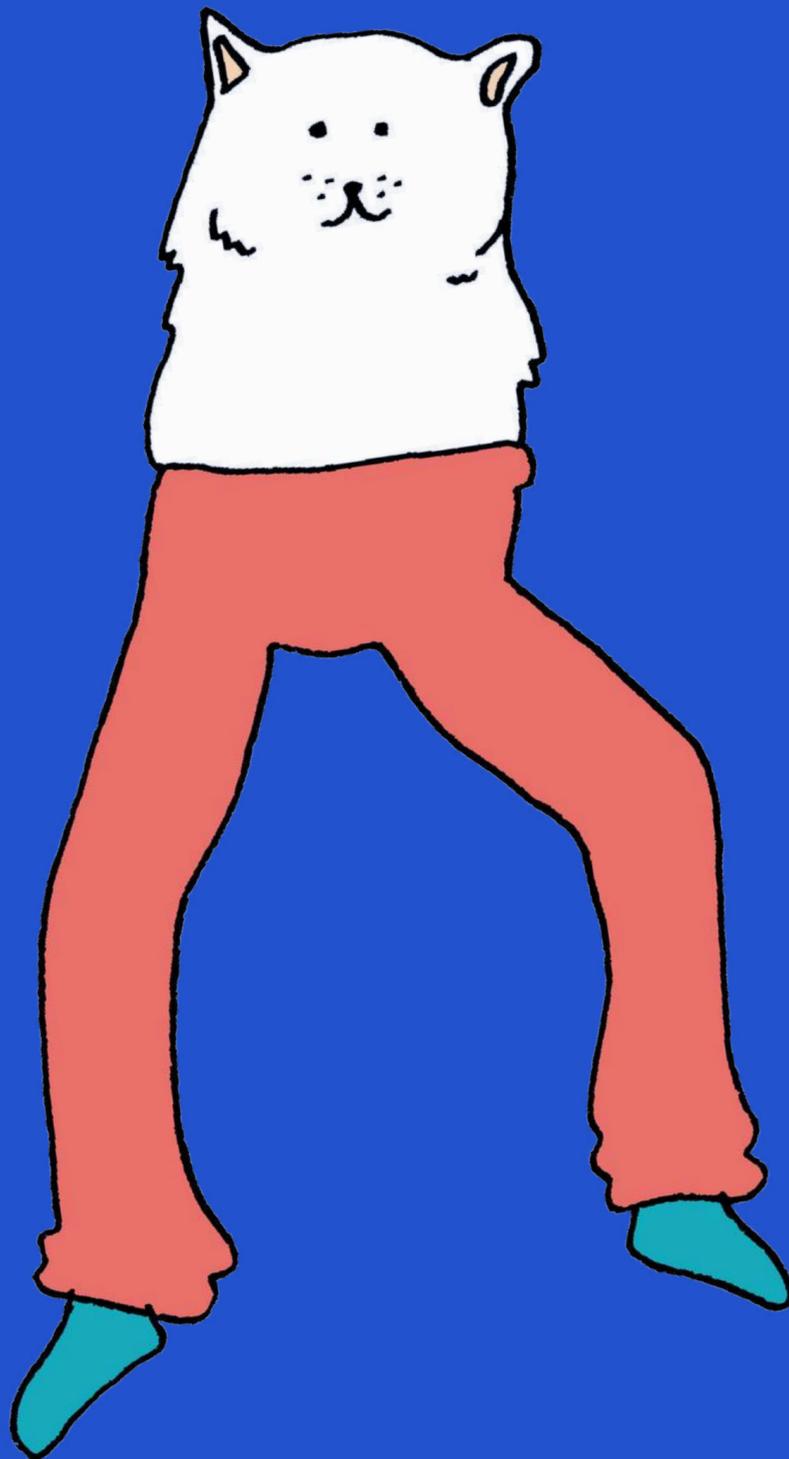
Al estereotipar deducimos que una persona tiene toda una serie de características y habilidades que suponemos que tienen todos los miembros de ese grupo.

RE SU LT AD OS



*Resultados
de España*





“ Está en todas partes: en las películas, en los libros, en los anuncios, en la escuela, en las calles. ”

Los estereotipos de género nos afectan y siento que no se puede hacer nada.

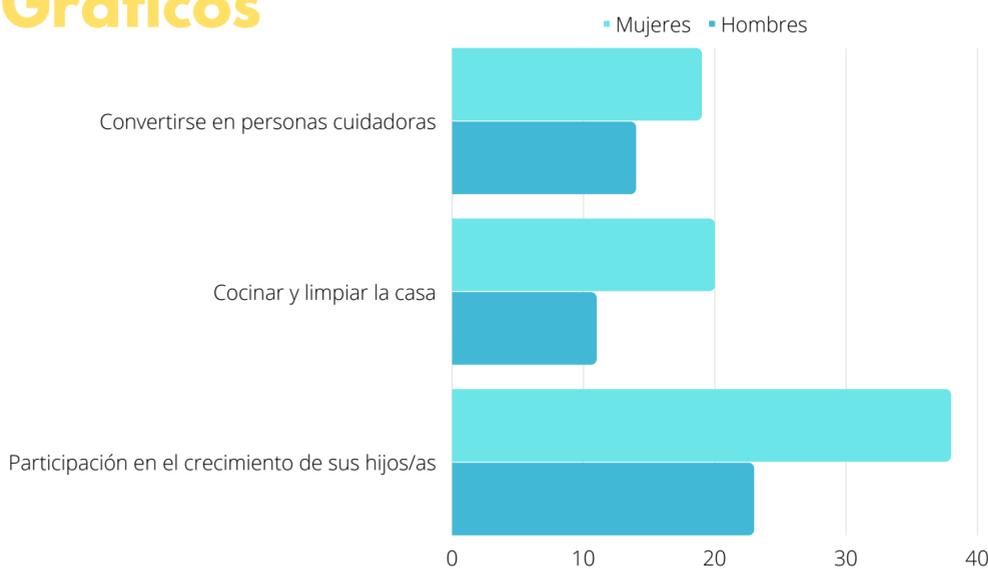
DATOS CLAVE

ESPAÑA

Datos clave

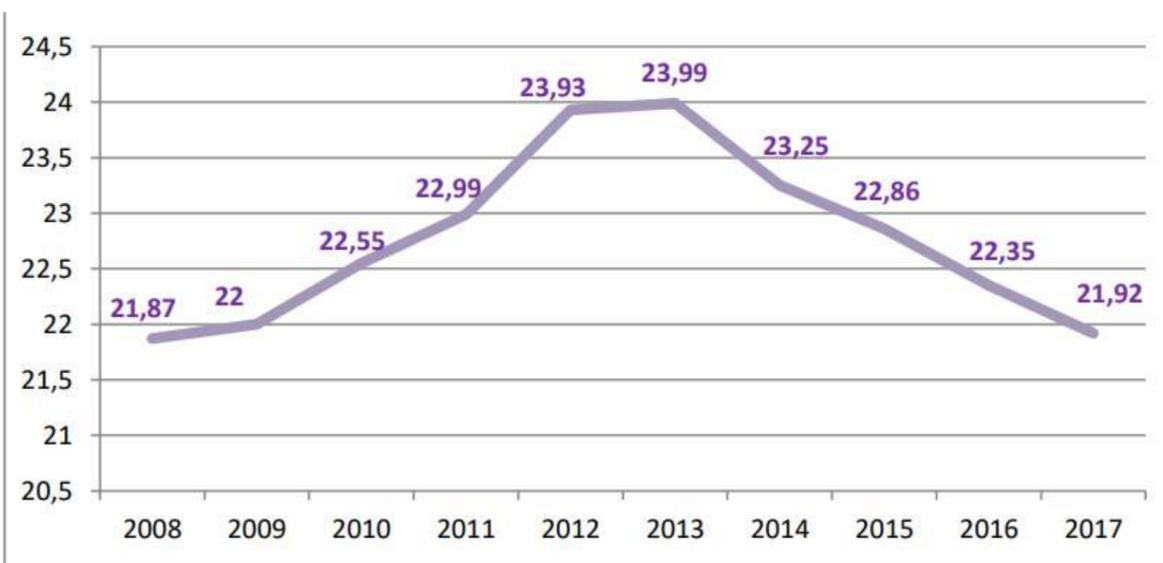
- La brecha salarial entre trabajadores y trabajadoras en España es del 14,9 %, ligeramente inferior a la media europea del 16,7 %.
- Las mujeres han sido las más perjudicadas por las medidas adoptadas en España ante la pandemia del COVID. En la mayoría de los países de la UE, la brecha salarial se ha reducido, mientras que en España ha aumentado ligeramente.
- En el sector privado, la brecha salarial aumenta hasta el 28,46 %, en el sector público disminuye hasta el 10,9 %.
- Las mujeres dedican una media de casi dos horas más al día a todas las actividades domésticas y familiares que los hombres.

Gráficos



Vida familiar

El 91,9 % de las mujeres (de 10 años o más) realizan tareas domésticas y cuidan de niños/as, ancianos/as y personas dependientes durante 4 horas y 29 minutos al día, mientras que el 74,7 % de los hombres dedican una media de 2 horas y 32 minutos



Brecha salarial

El último dato de brecha salarial que tenemos corresponde a 2017 y se sitúa en el 21,92 %. Los siete millones de mujeres empleadas ese año tenían unos ingresos medios que no llegaban a los 21.000 euros brutos anuales, mientras que más de ocho millones de hombres empleados percibían cantidades superiores a los 26.000 euros de media al año.

ESPAÑA

Producto intelectual 1 - Talleres

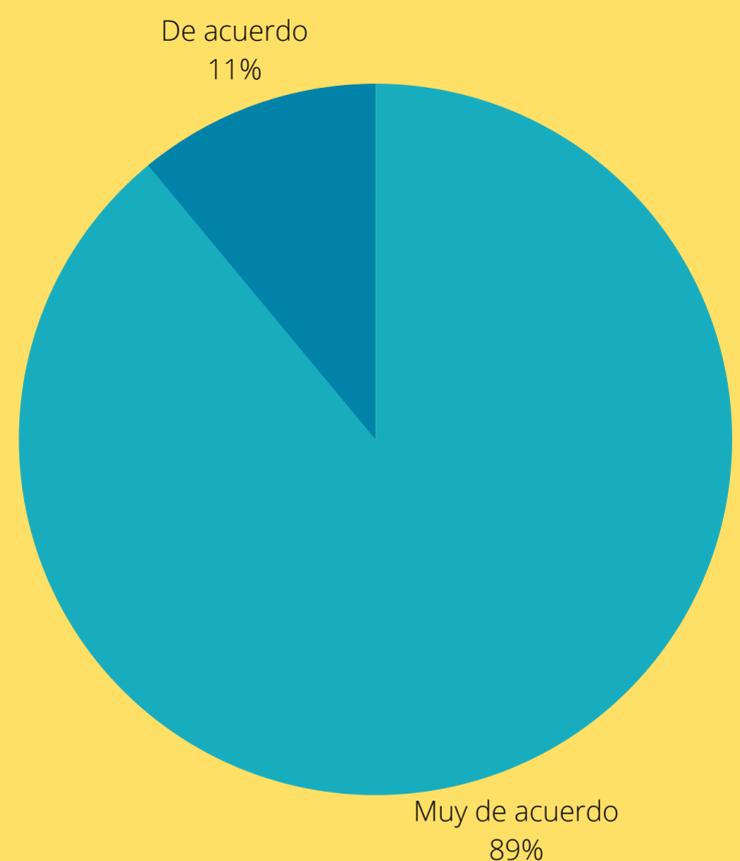
Talleres para jóvenes:

- 2 talleres (cada uno de un día de duración) impartidos a 45 participantes de entre 18 y 30 años.
- Principales resultados: muchas personas participantes no habían pensado antes en este tema de forma consciente y apreciaron que el contenido se explicara de forma atractiva e interesante utilizando películas y programas de televisión.
- El hecho de proceder de culturas/países diferentes influye considerablemente en lo que se debate y en cómo se perciben los contenidos específicos.

Talleres para trabajadores/as juveniles:

- 4 talleres (2-3 sesiones cada uno) con 26 participantes en total, incluyendo formadores/as, trabajadores/as sociales y asesores/as.
- Principales resultados: a los/as profesionales les pareció interesante usar una nueva forma de presentar los estereotipos y el tema a sus jóvenes y afirmaron que era útil para su futuro trabajo. También apreciaron el hecho de que el plan de estudios fomente el diálogo y el debate abiertos.

El taller de Shanarani ha sido útil para mi trabajo.





“

Seguiré utilizando en mi vida lo que
he aprendido hoy.

”

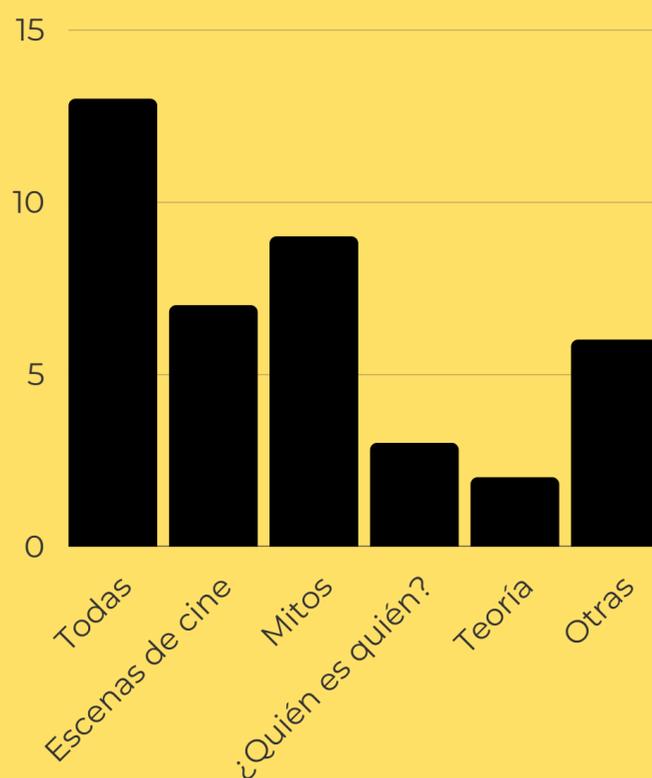
PARTICIPANTE DE ESPAÑA - 21
AÑOS

ESPAÑA

Producto intelectual 2 - Plataforma

RESULTADOS CLAVE

- El 100% de los/as participantes tuvo una experiencia positiva.
- Coincidieron en que personas de todas las edades podrían beneficiarse de la plataforma.
- Cuando se les preguntó qué sección les resultaba más interesante, las respuestas fueron variadas (véase el cuadro).



España puso a prueba la plataforma con 41 personas, entre ellas 21 trabajadores/as juveniles y 20 jóvenes. Todas las personas participantes eran de España.

En general, la plataforma fue calificada como «perfecta» o «buena», y la mayoría de las personas participantes recomendaría el curso a todo el mundo o, más concretamente, al profesorado y a las personas que trabajan con otras de diferentes edades. Algunas comentaron que el contenido demostró lo que ya sabían, mientras que la mayoría afirmó haber aprendido algo nuevo.

Les gustó especialmente saber más sobre acontecimientos y personas históricas, seguido de los fragmentos de películas y programas de televisión. Muchas pensaron que la información histórica les ayudó a conocer mejor los cambios producidos y las luchas que otros/as podían haber experimentado también para combatir los estereotipos.

Las personas participantes apreciaron el hecho de que la plataforma incluya películas y programas de televisión antiguos y recientes, pues demostró que todavía existe la necesidad de este tipo de contenidos.



“

A través de Shanarani me di cuenta de que también hay estereotipos de género bien ocultos que se aceptan erróneamente como algo normal.

”

PARTICIPANTE DE GRECIA

ESPAÑA

Producto intelectual 3 - App

DATOS CLAVE

- El 57,9 % de las personas participantes considera que la app es mejor para los/as trabajadores/as juveniles.



- El 94,74 % de las personas participantes dijo que utilizaría lo aprendido en su día a día.



- El 89,47 % de las personas participantes aprendió algo nuevo.



Caminos pilotó la app Shanarani durante el verano de 2022.

La app tuvo una buena acogida y fue evaluada como muy interactiva, intuitiva e interesante.

En comparación con la plataforma, las personas participantes consideraron más razonable recomendar la app a personas con interés en el tema en lugar de a todo el mundo o a un grupo específico de personas (profesionales, asesores/as, etc.)

La mayoría de las personas afirmó haber aprendido algo nuevo sobre cómo los estereotipos influyen en su forma de pensar y cómo ver el cine y los programas de televisión de forma más crítica.

La app fue percibida como fácilmente accesible, atractiva e interesante. Los comentarios mostraron que era especialmente útil para las personas que no tenían un interés previo en el tema de los estereotipos de género.



Las actividades han sido muy atractivas e interesantes.

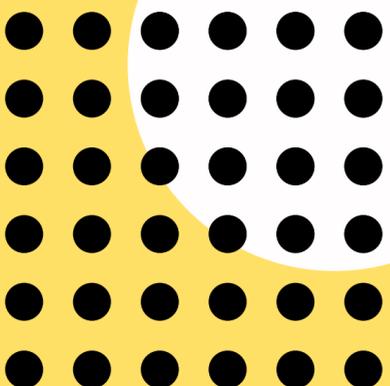
– Joven –

Los talleres y ejercicios estaban muy bien adaptados a mi país y a su cultura.

– Joven –

Este taller ha sido útil para mis métodos de trabajo.

– Trabajador/a juvenil –



RECOMENDACIONES

Nivel nacional:

- Hacer de la igualdad de género y la reducción de estereotipos una prioridad del sector educativo
- Proporcionar formación nacional al profesorado y el personal formador de la educación formal y no formal sobre cómo abordar los estereotipos y los temas sensibles
- Apoyar contenidos y aprendizajes como el proyecto Shanarani Youth-led y otros talleres que permitan al profesorado abordar directamente los estereotipos de género en las aulas y en la formación

Proveedores de formación inicial del profesorado

- La formación sobre lo que son los estereotipos debería incluirse en la educación obligatoria del profesorado y el personal formador
- La formación sobre los estereotipos de género, el sexismo y los prejuicios debería ser obligatoria en la formación del profesorado y el personal formador
- El profesorado y el personal formador deberían tener la oportunidad de aprender a abordar temas delicados con su alumnado; esto debería formar parte de toda la formación de los profesores

Escuelas

- Integrar en los planes de estudio de los distintos niveles cursos y actividades obligatorias sobre los estereotipos de género, tanto para el plan de estudios como para el alumnado
- Proporcionar un sistema de apoyo para que el alumnado pueda abordar sus problemas, preocupaciones y, especialmente, los conflictos con otros/as estudiantes en un entorno seguro y abierto



“

Las cosas cambian a medida que cambia la perspectiva sobre ellas.

”

Gracias a Shanarani, pude reflexionar de forma crítica sobre aspectos que influyeron en mi vida de forma inconsciente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1 (2017): "The lack of policies for equality in employment increases the pay gap", UGT
<http://www.ugt.es/Publicaciones/Informe%20Brecha%20Salarial-22feb2017-OK.PDF>

2 National Institute of Statistics (2017): "Average daily time dedicated to the different activities. Activities of home and family (according to type of household, according to work situation)"
http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925472448&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout¶m1=PYSDetalle¶m3=1259924822888

3 El 49,3% de los científicos e ingenieros en España son mujeres, 2021:
<https://es.statista.com/grafico/24159/porcentaje-de-mujeres-en-el-sector-de-la-ciencia-y-la-ingenieria-en-europa/>

4 National Institute of Statistics (2017): Graduates in science, mathematics and technology
http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925481712&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout

Algunas cifras sobre la desigualdad de género en España:

5 <https://blog.oxfamintermon.org/algunas-cifras-sobre-la-desigualdad-de-genero-en-espana/>

6 Es urgente legislar sobre la discriminación salarial hacia las mujeres. UGT feminista 2020:
https://www.ugt.es/sites/default/files/informe_brecha_salarial_2020_-_ok_finalpru.pdf





“

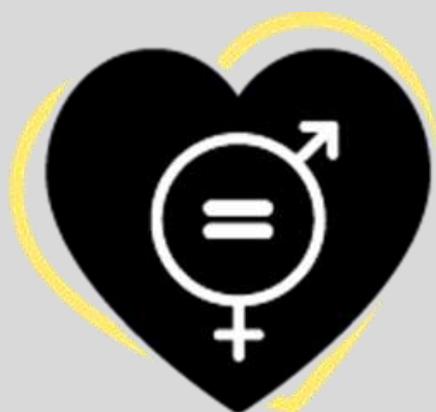
Shanarani me ha hecho más consciente de ciertos prejuicios culturales y de género que he usado antes. He conseguido corregir algunos de ellos con la ayuda de este proyecto.

”

PARTICIPANTE DE RUMANÍA - 22
AÑOS

**A
N
E
X
O
S**

*Disponibile
en rumano,
español,
griego,
italiano e
inglés*



SHANARANI
YOUTH-LED

GUÍA DE FORMACIÓN PARA TRABAJADORES/- AS JUVENILES

**PRODUCTO INTELECTUAL 1 – PROGRAMA Y
DESARROLLO DE SHANARANI**

PROYECTO SHANARANI YOUTH-LED | N.º 2020-1-UK01-KA205-078035



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea

Información del proyecto

Título del proyecto	Proyecto Shanarani Youth-Led
Número de proyecto	2020-1-UK01-KA205-078035
Organización beneficiaria (coordinadora del proyecto)	Independent Academic Research Studies International Institute (IARS) – Reino Unido
Organizaciones socias	<p>InEuropa SRL - Italia</p> <p>Asociación Caminos – Asociación para el intercambio, la educación y el desarrollo social - España</p> <p>Centrul Pentru Dezvol Tare Comunitara Durabila (CDCD) - Rumanía</p> <p>Symplexis - Grecia</p>

Información de la documentación

Título del documento	Guía de formación del proyecto Shanarani Youth-Led para trabajadores/-as juveniles
Autoría	Asociación Caminos
Versión	Versión 1.0

CONTENTS

1. INTRODUCCIÓN	3
2. MARCO TEÓRICO	5
2.1 Objetivos de la «Guía de formación para trabajadores/-as juveniles» de Shanarani Youth-Led .	5
2.2 Estructura de la «Guía de formación para trabajadores/-as juveniles» de Shanarani Youth-Led	5
2.3 Base teórica	6
3. METODOLOGÍA DE LOS TALLERES	21
3.1 Abordar los roles y estereotipos de género en una formación dirigida por jóvenes.....	21
3.2 El marco de los talleres para jóvenes	23
3.3 Adaptación de los talleres según las necesidades.....	24
4. ACTIVIDADES PARA LOS/-AS TRABAJADORES/-AS JUVENILES	28
4.1 Resumen de los talleres.....	28
4.2 Unidades de formación para talleres	30
5. HERRAMIENTAS DE FORMACIÓN	38
5.1 Resumen de los talleres.....	38
5.2 Unidades de formación para talleres	41
6. MATERIALES ADICIONALES.....	49
6.1 Material adicional 1 – Aportación teórica sobre los estereotipos, sus orígenes y consecuencias	49
6.2 Material adicional 2 – Plantilla para la actividad n.º 11: ¡Juego de preguntas!.....	52
6.3 Material adicional 3 – Plantilla para la actividad n.º 13: Reducir la discriminación por género. 58	
6.4 Material adicional 4 – Plantilla para la actividad n.º 7: Aprender, compartir y escuchar.....	59
6.5 Material adicional 5 – Plantilla para la actividad n.º 14: Rellena las palabras	60
7. LISTADO DE REFERENCIAS	61

1. INTRODUCCIÓN

Esta guía de formación para trabajadores/-as juveniles es uno de los resultados producidos por Shanarani Youth-Led, un proyecto Acción Clave 2 financiado por la Agencia Nacional del Reino Unido a través del programa Erasmus+. Se basa en el proyecto Shanarani, otro proyecto realizado de 2017 a 2019. El proyecto Shanarani Youth-Led tiene como objetivo identificar y abordar los estereotipos de género entre las personas jóvenes y ayudarles a reducir la influencia de los estereotipos negativos o irreales en sus vidas. A diferencia del proyecto de 2017, en lugar de que las personas formadoras actúen como profesores/-as, actúan como facilitadoras y el proyecto se basa en un enfoque centrado en el usuario para abordar los estereotipos de género. De este modo, se permite a la juventud investigar e identificar los estereotipos por sí misma y crear modelos de conducta nuevos y más atractivos para sus vidas.

El nombre Shanarani proviene originalmente del pueblo indígena «purépecha», significa «caminante» y combina tanto el género femenino como el masculino.

El proyecto pretende subrayar los estereotipos y roles de género que se nos asignan al nacer y a través de nuestro entorno social, y abordar la influencia diaria de estos estereotipos y constructos. Reducir los roles y construcciones de género negativos e irreales permite que la creatividad y la imaginación crezcan, y que la juventud alcance nuevas metas en su vida.

Los grupos destinatarios del proyecto son:

- **Trabajadores/-as juveniles** que quieran formar a las personas jóvenes en el cuestionamiento de los estereotipos de género y reducir la discriminación de género;
- **Jóvenes** que se enfrentan a la discriminación y los roles de género en su día a día.

Los resultados previstos del proyecto incluyen:

- Permitir a las personas jóvenes identificar los estereotipos realistas y no realistas en los programas de televisión y las películas;
- Permitir a las personas jóvenes deconstruir dichos estereotipos y los roles de género que les asigna la sociedad;
- Elaborar una guía de formación para que los/-as trabajadores/-as juveniles puedan abordar estas cuestiones con las personas jóvenes y mejorar sus prácticas de trabajo;
- Promover buenas prácticas de educación de género y sensibilizar sobre los estereotipos de género;
- Difundir los resultados del proyecto y sensibilizar a los diferentes grupos y comunidades sobre el problema.

Shanarani Youth-Led se basa en la investigación y las metodologías de la experiencia de las organizaciones socias que participan en el proyecto, así como en los ejemplos de buenas prácticas del proyecto Shanarani de 2017.

El proyecto se lleva a cabo de forma transnacional en Europa por las siguientes organizaciones:

Organización coordinadora:

Independent Academic Research Studies
International Institute (IARS), Reino Unido



Organizaciones socias:

Asociación Caminos – Asociación para el
intercambio educación y desarrollo social
(Caminos), España



InEuropa SRL, Italia



Centrul Pentru Dezvol Tare Comunitara
Durabila (CDCD), Rumanía



Symplexis, Grecia



Para más información, consulte nuestra página web www.syproject.eu para obtener actualizaciones y noticias sobre el proyecto Shanarani Youth-Led.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Objetivos de la «Guía de formación para trabajadores/-as juveniles» de Shanarani Youth-Led

La guía de formación para trabajadores/-as juveniles de Shanarani Youth-Led tiene como objetivo permitir a los/-as profesionales que trabajan con jóvenes implementar un taller de Shanarani Youth-Led efectivo e impactante para **reducir la influencia de los estereotipos y los roles de género en la vida diaria de las personas jóvenes**. La guía de formación está pensada para apoyar a **las personas formadoras en la realización de los talleres** y proporcionarles actividades de formación que puedan aplicar directamente en sus formaciones.

Asimismo, se espera que la guía apoye a las personas formadoras en la aplicación de un **enfoque dirigido por la juventud en sus prácticas diarias** en lugar de limitarse a dar charlas o realizar actividades dirigidas por los/-as formadores/-as. Las personas jóvenes **están motivadas para comprometerse con sus iguales y expresar su individualidad y creatividad** para mejorar no solo el día a día actual sino también sus futuros, reduciendo la influencia de los estereotipos de género en sus vidas.

La guía de formación pretende ser más que un simple manual de instrucciones. Debe aplicarse teniendo en cuenta las diferencias culturales y nacionales, así como en función de las necesidades y los recursos de las personas jóvenes que participan en los talleres. Se recomienda que el/la formador/-a se informe más sobre el tema de los estereotipos de género a través de los materiales y fuentes adicionales que se ofrecen en esta guía.

2.2 Estructura de la «Guía de formación para trabajadores/-as juveniles» de Shanarani Youth-Led

La guía de formación dirigida por jóvenes de Shanarani Youth-Led incluye un manual para guiar a los/las trabajadores/-as juveniles a través de todo el proceso de los talleres de educación de género dirigidos por jóvenes. La guía de formación incluye dos formaciones distintas:

- 1 – Una dirigida a los/-as propios/-as trabajadores/-as juveniles para que aprendan sobre los estereotipos, para que tomen conciencia sobre los estereotipos en su propia vida y para que puedan abordar los temas con las personas jóvenes;
- 2 – La otra dirigida a las personas jóvenes para que aprendan sobre los estereotipos, se comprometan con el pensamiento crítico y con la identificación de los estereotipos de género, su origen y sus consecuencias.

La guía de formación incluye 16 unidades de aprendizaje en total, así como datos e información sobre cómo abordar los estereotipos y los roles de género con las personas jóvenes. Está previsto que los talleres tengan una duración de 3 horas por sesión.

Los talleres abarcan cuatro temas principales:

- Representaciones comunes y no comunes de mujeres y hombres en el cine y la televisión, y en su producción.
- Brechas de género y discriminación en la producción de cine y televisión.
- Estereotipos de género en los medios de comunicación y en la cobertura informativa.
- Promoción de nuevos modelos de conducta y motivación de la individualidad entre las personas jóvenes.

2.3 Base teórica

2.3.1 Reproducción de estereotipos en la industria del cine y la televisión

Un estereotipo se define generalmente como...

...una idea preconcebida que las personas tienen sobre cómo es alguien o algo, sin tener siempre pruebas o hechos de que esta idea establecida se aplique realmente.

Tendemos a utilizar estereotipos para navegar por nuestras propias vidas. Clasificamos nuestra vida en categorías, pensamos en algo o en alguien de una manera específica y basamos nuestras decisiones en esos estereotipos. Los estereotipos pueden clasificarse en dos grupos:

- Estereotipos explícitos: estereotipos conocidos por la sociedad y que las personas tienden a admitir y discutir.
- Estereotipos implícitos: estereotipos que influyen inconscientemente en nuestro comportamiento y de los que no solemos ser conscientes.

El término en sí no se limita a los estereotipos negativos. También hay estereotipos positivos que influyen positivamente en la vida de alguien. Los estereotipos se perciben como negativos cuando se toman como hechos y se convierten en creencias sin encontrar su origen y la razón que los sustenta.

Los estereotipos de género giran específicamente en torno a cómo la sociedad percibe a alguien y cómo se espera que esta persona se comporte en la vida.

Los/-as niños/-as y las personas jóvenes, que todavía están aprendiendo a categorizar el mundo que les rodea, aprenden a través de las representaciones e imágenes que les rodean. Esto hace que la industria del cine y la televisión, que se ha convertido en una parte importante de la vida de los/-as jóvenes, sea un aspecto importante en cuanto a los estereotipos y su influencia. Especialmente debido al fácil acceso a través de las plataformas en línea mediante las que las personas jóvenes pueden ver películas de todo el mundo. Según la Motion Picture Association y su informe de 2019, hay más de 800 millones de personas suscritas a servicios de vídeo en línea en todo el mundo, lo que supone un aumento del 28% respecto a 2018. Una de las mayores plataformas de video con más de 106 millones de suscriptores/-as muestra que el 59% de sus suscriptores/-as tienen entre 16 y 34 años, y el 35% más de 35 años, lo que hace que las personas jóvenes sean su principal grupo objetivo. Esto demuestra que es especialmente importante analizar cómo se representan los hombres y las mujeres en este medio.

A lo largo de los años ha habido múltiples investigadores/-as y críticos/-as que han diseccionado películas y programas de televisión populares. Las investigaciones proceden de universidades, revistas y centros educativos¹, con estudios formales y breves análisis basados en la experiencia. Al estudiar estos trabajos y artículos, es evidente que muchas cosas han cambiado con la televisión y el cine modernos. Como ejemplo, mientras que originalmente era un género predominantemente masculino, el mundo de los superhéroes cuenta ahora con múltiples superheroínas (por ejemplo, la Viuda Negra del Universo cinematográfico de Marvel). También hay muchos programas de televisión centrados en la mujer en papeles antes dominados por hombres (por ejemplo, las mujeres detectives en la serie de televisión *El Mentalista*), y los hombres que trabajan en puestos del mundo de la belleza antes solo femeninos (por ejemplo, la serie de televisión *Yo soy Betty, la fea*).

Sin embargo, la pregunta es: si las películas presentan estereotipos positivos en lugar de estereotipos discriminatorios, ¿significa esto que no habrá discriminación en la vida real? ¿O simplemente hemos reducido los estereotipos en la televisión y el cine? ¿La reducción o eliminación de la discriminación en la televisión y el cine significa automáticamente que no hay más estereotipos? ¿Acaso la televisión y el cine representan la realidad con tanta fidelidad? ¿O es que simplemente los estereotipos se han transformado en una discriminación oculta que esconde estereotipos y roles de género subyacentes?

2.3.2 Identificar los orígenes y las razones de estas reproducciones

Cuando se observan los superhéroes mencionados anteriormente y se ven algunas de sus películas, resulta evidente que siguen prevaleciendo los estereotipos. Los hombres son representados con un cuerpo en forma y musculoso o con el coeficiente intelectual para

¹ Ver referencias

compensar su falta de físico. A las mujeres se las muestra con trajes ceñidos y luchando con tacones. No obstante, éstos son solo estereotipos explícitos que se han admitido y discutido antes.

Siguen existiendo estereotipos implícitos y menos evidentes. También son estereotipos que influyen en las trayectorias profesionales, el comportamiento personal y las elecciones vitales de las personas jóvenes. Y a veces esos estereotipos tienen consecuencias graves:

- **Estereotipos propios:** juzgarse a sí mismo/-a en función de los estereotipos en los que una persona y las demás creen. Esto puede dar a lugar a la pérdida de confianza en sí misma al no encajar en el ideal masculino/femenino deseado a pesar de que el ideal no sea realista;
- **Discriminación y violencia** al enfrentarse a diferentes grupos y a diferentes culturas a los propios porque los estereotipos negativos se convierten en creencias a pesar de no estar basados en hechos y en la verdad;
- **Discriminación y exclusión** entre las personas jóvenes y entre los géneros debido a los estereotipos negativos de género presentados en la televisión y el cine;
- **Estereotipos autocumplidos:** cuando se espera que una persona o un grupo actúe de una manera específica a la que normalmente no se ajusta, pero debido a esta expectativa se comportan de una manera determinada encajando con el estereotipo predominante sobre ellos/-as.

Ejemplo: la película *Objetivo: Londres* (2016) muestra un ataque terrorista contra jefes de gobierno internacionales por parte de una familia llamada Barkawi de Pakistán. Esta película no es la única en la que aparecen villanos ficticios de Pakistán o del sur de Asia. Los medios de comunicación, las películas y la televisión han difundido continuamente la imagen de personas «peligrosas» de países como Pakistán, Irak, Corea del Norte, etc., sin importar si todas estas representaciones son verdaderas o falsas. La gente está constantemente expuesta a representaciones de «gente peligrosa del este» y esto puede provocar miedo y violencia contra los extranjeros y otras culturas. Una vez que se llega a una determinada etapa, no importa la veracidad de esas representaciones, pero el estereotipo permanece y las personas reaccionan con hostilidad hacia los/-as extranjeras/-os. En consecuencia, las personas extranjeras también pueden reaccionar con hostilidad, sintiendo la violencia y la discriminación irracionales y, por tanto, reforzando aún más el estereotipo contra ellas. Es entonces cuando el estereotipo se convierte en un autocumplimiento.

Una situación parecida también puede darse en relación con los estereotipos de género. La serie de televisión *Gossip Girl* muestra la vida de jóvenes adolescentes de familias ricas, que crecen y tienen que enfrentarse constantemente a los cotilleos y las críticas de su entorno. En la serie, uno de los protagonistas llega a ser redactor jefe de un importante periódico, otro se convierte en un autor de éxito y otro se convierte en un empresario de éxito. Al mismo tiempo, las protagonistas eligen diferentes trayectorias profesionales: socialité, modelo y diseñadora de moda. *Gossip Girl* no es la única serie de televisión o película que presenta esta diferencia en las elecciones profesionales (véase *Pequeñas Mentirosas*, la saga de *Transformers*, *Riverdale*, etc).

En especial, las personas jóvenes que están buscando su lugar en la sociedad y aún se están formando se ven influenciadas por esta continua representación, pensando que esto es lo que se espera de ellas y que así es como deben comportarse ya que, de lo contrario, se enfrentan a la exclusión de la sociedad. Si las personas jóvenes deciden seguir los pasos de estos/-as personajes de ficción, los estereotipos se autocumplen, por lo que habrá más mujeres y hombres que actúen como se representa en el cine y la televisión.

Los estereotipos discriminatorios y negativos resultan perjudiciales para uno/-a mismo/-a y para los/-as demás, poniendo en peligro una colaboración pacífica y limitando la creatividad y la individualidad de las personas jóvenes. Se espera que encajen en los estereotipos y en los roles de género y que se comporten de acuerdo con estos roles.

Para evitar estas consecuencias negativas, es fundamental detectar los orígenes y las razones de los estereotipos.

Una publicación de 2002 de Craig McGarty, Russell Spears y Vincent Y. Yzerbyt destaca que los estereotipos cumplen diferentes funciones y tienen diversos orígenes. También sostiene que hay múltiples razones por las que los estereotipos son compartidos entre las personas y no cuentan para una sola persona:

- **Entorno común**

Estar en el mismo entorno da lugar a un estereotipo compartido debido a que se experimentan las mismas situaciones, problemas y aportaciones. Por lo tanto, los individuos empiezan a percibir y reaccionar de la misma manera y comienzan a compartir estereotipos mutuos.

Resulta problemática para el «entorno común» la situación de las personas que creen en los mismos estereotipos, aunque no tengan experiencia personal con el tema al respecto. Esta falta de experiencia, especialmente la falta de experiencia mutua entre diferentes personas, refuta la afirmación de que sólo un entorno común produce estereotipos compartidos.

- **Socialización**

Otra opción es la socialización y la educación de las personas. Algunos/-as expertos/-as sostienen que los/-as niños/-as y los/-as adolescentes son más propensos/-as a adoptar estereotipos en comparación con las personas en edad adulta. Durante la niñez y adolescencia, están empezando a navegar por la sociedad para encontrarse a sí mismos/-as, buscan modelos de conducta y aún están construyendo su identidad. Al igual que en el caso del entorno común, esta explicación no explica cómo se comparten

los estereotipos entre personas de diferente procedencia y educación para poder compartirlos.

- **Relaciones intergrupales**

Esta explicación sostiene que los estereotipos surgen de las interacciones sociales entre grupos. Estos grupos pueden definirse a través de una similitud común, por ejemplo, la edad, el origen cultural, las habilidades, los intereses, etc. Cuando un grupo de este tipo se encuentra con un grupo de personas diferentes a él, se crean ciertas expectativas mutuas. Tomemos como ejemplo los grupos de edad: si un grupo de adolescentes (de 10 a 14 años) se encuentra con un grupo de personas mayores (de 70 a 80 años), ambos tendrán expectativas específicas sobre cómo el otro grupo reaccionará ante la situación. Las personas ancianas pueden esperar que los/-as adolescentes hagan ruido y tengan mucha energía, aunque nunca se hayan conocido. Por lo tanto, los miembros del grupo comparten estereotipos debido a sus expectativas de comportamiento comunes hacia el otro grupo. Sin embargo, esta argumentación requiere que las «expectativas del grupo» no se basen también en estereotipos.

Después de estos tres enfoques, añadiremos otra posibilidad de cómo se crean los estereotipos compartidos:

- **La presión de los/-as iguales**

A diferencia del enfoque anterior, este proceso no se refiere a los estereotipos creados entre diferentes grupos, sino en un mismo grupo de iguales. Este proceso sostiene que los estereotipos se comparten entre un grupo de personas debido a que la mayoría de ellas o los/-as líderes del grupo comparten las mismas opiniones e influencias. Si la persona líder de un grupo o más de la mitad del grupo creen que las mujeres deben quedarse en casa y cocinar para sus maridos, los demás miembros estarán de acuerdo con este estereotipo debido a la presión de grupo, incluso si, originalmente, no era su opinión inicial. Además, no adaptarse a los estereotipos comunes puede llevar a la exclusión o a la discriminación, obligando a las personas del grupo con opiniones diferentes a cambiar su punto de vista.

Por lo tanto, es importante identificar la razón de un estereotipo y por qué se comparte entre las personas. Si tomamos un ejemplo: ¿por qué los hombres siempre tienen que ser inteligentes, ricos y fuertes? ¿Por qué se presenta a las mujeres como dependientes y emocionales?

Gran parte de este comportamiento estereotipado proviene de épocas históricas y más conservadoras en las que se esperaba que las mujeres fueran dóciles, se quedaran en casa y se

ocuparan de la cocina y los niños. Al mismo tiempo, se esperaba que los hombres fueran el sostén de la familia, estrictos en la educación de los/-as hijos/-as y los mejores en ocupaciones que demostraran su inteligencia, su aptitud o ambas (por ejemplo, médicos, mecánicos, etc.). Otra explicación de estos estereotipos es que son ideales en los que la gente quiere encajar. Muchos países promueven un tipo de belleza específico a través de los medios de comunicación, el cine y la televisión, así como de las redes sociales, aunque la mayoría de su población no se ajuste a esos estándares. Además, a través de la interacción global y el intercambio de medios de comunicación, la gente también se ve influenciada por los estándares de belleza de otros países. Si tomamos el formato cinematográfico, de las veinte películas más exitosas a nivel mundial, sólo una de ellas es del Reino Unido y el resto proviene de Estados Unidos. Teniendo esto en cuenta, los estereotipos y los estándares previstos que se muestran en las películas estadounidenses tienen una gran influencia en la población de otros países y estados.

2.3.3 Influencia en la vida cotidiana de las personas jóvenes

Tomando una estadística para el Reino Unido, el mayor grupo que fue a ver películas al cine en 2018 fueron personas jóvenes de entre 15 y 24 años, seguidos de cerca por las de 25 a 34 años. Esto no hace más que subrayar lo grande que es la influencia de las películas y los programas de televisión en la juventud y cómo influyen en su percepción. Sobre todo, porque las personas jóvenes todavía están formando su identidad y pasan por la socialización para explorar la sociedad y las expectativas, las normas y las costumbres sociales.

Las personas espectadoras no sólo ven las tendencias de moda y el entretenimiento en estos programas, sino que ven en ellos estilos de vida, opciones profesionales e interacción social. Imaginemos que las personas jóvenes ven continuamente películas con superhéroes masculinos y princesas que necesitan ser salvadas (por ejemplo, como se ve en muchas películas clásicas de Disney), así como programas de televisión con hombres inteligentes y en forma, que resuelven fácilmente los problemas mediante conversaciones ingeniosas (por ejemplo, como se ve en la saga de películas *Ocean's 11*) y mujeres que se quedan en casa y cuyas vidas solamente giran en torno a su propia vida amorosa o a sus hijos (por ejemplo, como se ve en *Mujeres Desesperadas*, *Pequeñas Mentirosas*, etc.). Las mujeres son representadas como débiles y necesitan ser salvadas, mientras que los hombres son representados como los salvadores, fuertes y musculosos o, en los últimos años, «playboys» que consiguen conectar con todos los que les rodean. Ver habitualmente que las mujeres son salvadas por los hombres, pero no reflexionar sobre ello, puede hacer que la juventud cambie sus expectativas y decisiones en la vida:

Posibles consecuencias	
	<p>Las mujeres esperan a su «héroe perfecto», por ejemplo, su «príncipe azul», que las apoya para no tener que hacer nada.</p>
	<p>Las mujeres piensan que no pueden hacer nada sin su «héroe».</p>
	<p>La presión sobre los hombres para que se comporten y sobre todo actúen como personas fuertes, implacables y sin debilidad.</p>
	<p>Insatisfacción cuando no se cumplen estas expectativas irreales.</p>
	<p>No ajustarse a estas normas supone la exclusión de la sociedad.</p>

Y si los/-as jóvenes no encajan en estos estereotipos o no consiguen cumplir estos objetivos vitales, la sociedad les acusa de estar equivocados/-as o de ser diferentes. La sociedad presiona a las personas jóvenes para que encajen en estos estándares estereotipados o se enfrenten a la exclusión, por lo que es casi imposible escapar de las expectativas sociales. Por ello, es fundamental mostrarles el origen, la causa y las consecuencias de estos estereotipos y facilitarles la identificación de los roles de género. De este modo, se les permite superar los

estereotipos y crear sus propios modelos de conducta, así como hacerles ver que no están «rotas» o equivocadas por no cumplir con los estereotipos.

2.3.4 Diversidad de género: transexualidad y género no binario

La transexualidad y el género no binario han atraído en los últimos años una mayor atención en el discurso social y, por lo tanto, ha aumentado la concienciación sobre el asunto en la corriente social, aunque a menudo solo en el contexto de otros debates sobre la discriminación de género de las mujeres y la sobresexualización y la masculinidad tóxica de los hombres. La identidad de género es un tema muy personal. Mientras que algunas personas se sienten cómodas identificándose con su sexo asignado desde su nacimiento, otras pueden no sentir lo mismo. A través de la socialización, se espera que los/as niños/-as y adolescentes aprendan sobre los llamados géneros binarios «apropiados» y «normales», y los roles de género que los acompañan. No encajar en la norma de la sociedad y definirse fuera de los límites binarios de género de la sociedad a menudo resulta en la exclusión, la ignorancia y la discriminación de la sociedad.

En los últimos años se ha producido una cierta inclusión en la sociedad y en las prácticas cotidianas, con algunas páginas web más aceptadas, que permiten elegir entre «hombre», «mujer», «ninguno/no me identifico con ninguno» o «prefiero no decirlo», y la aparición de personajes no binarios y transexuales en la televisión y el cine (por ejemplo, la serie de Amazon Prime *Good Omens* o la telenovela británica *Hollyoaks*), pero la inclusión equitativa de más de dos géneros sigue estando lejos. Y a pesar de que se ha debatido más en los últimos años, al nacer, las personas siguen siendo divididas en género femenino o masculino y se enfrentan a la retroalimentación negativa cuando se definen fuera de las normas binarias de la sociedad.

El objetivo del proyecto Shanarani Youth-Led es abordar los estereotipos proyectados sobre lo masculino y lo femenino, y permitir a los/-as jóvenes pensar más allá de sus géneros asignados. La guía y todos los resultados del proyecto se centran en gran medida en los estereotipos masculinos y femeninos, ya que son las normas actuales socialmente aceptadas. Este proyecto no pretende ignorar una visión más diferenciada sobre el género ni reforzar la visión binaria tradicional; sin embargo, esta guía debe ser vista como un punto de salida para el trabajo con las personas jóvenes. Trata de ir donde esta parte de la población se encuentra y fomentar la reflexión y crear conciencia, que puede y debe ir más allá del estrecho alcance del sistema binario tradicional y de este proyecto. Por esta razón, las actividades, los debates y las reflexiones deben ser siempre abiertos y aceptar los géneros fuera de la normativa de género binaria tradicional e incluir el género más allá del modelo cis normativo.

Permitir a las personas jóvenes y a los/-as trabajadores/-as juveniles ver más allá de los géneros binarios y concienciar sobre otras identificaciones de género brinda apoyo a todos los géneros de la normativa binaria, así como a los que están fuera de los límites de género establecidos

por la sociedad. Las personas que no se identifican con el modelo binario de género o el otro lado del mismo sufren los estereotipos de género y los roles de género previstos tanto como las personas que se identifican como hombres o mujeres. Para estas personas puede ser incluso más esencial abordar el tema de los estereotipos y los roles de género, ya que la sociedad espera que se ajusten a un género y encajen en algo con lo que quizá no se sientan cómodas.

2.3.5 Abordar los estereotipos de género en países diferentes

Cuando se abordan los estereotipos de género en diferentes países, es esencial tener en cuenta el contexto y las culturas nacionales. Esto no sólo es importante para los materiales utilizados, por ejemplo, utilizando un anuncio local o una película producida por el propio país del alumnado, sino también para la aplicación de la formación en sí. Los distintos países pueden tener un marco diferente en cuanto a la educación de género. Algunos países apoyan más a las mujeres en la vida laboral que otros, mientras que otros incluyen la educación de género en las escuelas como una parte fija del plan de estudios. En el siguiente capítulo, los socios analizan las diferencias entre los países asociados que participan en el proyecto Shanarani Youth-Led.

Según el Informe de la Brecha Global de Género (2020), los países socios ocupan los siguientes puestos: Grecia 84º, Italia 76º, Rumanía 55º, España 8º y el Reino Unido 21º de 153 países del mundo. El informe elabora una puntuación basada en la igualdad de género en los sectores de participación y oportunidades económicas, logros educativos, salud y supervivencia y empoderamiento político. Mientras que Italia, España y el Reino Unido muestran sus mejores aspectos en el empoderamiento político en la comparación entre hombres y mujeres, los tres países mostraron sus peores clasificaciones en el departamento de salud y supervivencia. Grecia también obtuvo su peor clasificación en salud y supervivencia, pero logró su mejor puntuación en lo que respecta al nivel educativo. Rumanía fue el mejor clasificado de todos estos países en salud y supervivencia, pero demostró que su aspecto más difícil es el empoderamiento político entre hombres y mujeres.

Grecia: según el Instituto Europeo de la Igualdad de Género - EIGE, Grecia ocupa el último lugar de la UE en el Índice de Igualdad de Género con una puntuación de 52,2 sobre 100 puntos. Aunque la puntuación del país ha aumentado en 3,6 puntos desde 2010, su clasificación se ha mantenido igual.

En Grecia, la brecha salarial entre hombres y mujeres se sitúa en el 15,0% (la brecha salarial media entre hombres y mujeres en la UE es del 16,3%), según datos de Eurostat y la Comisión Europea. Algunos de los factores que contribuyen a la brecha salarial de género son:

- Los puestos de dirección y supervisión son mayoritariamente ocupados por hombres. Dentro de cada sector, los hombres son ascendidos con más frecuencia que las mujeres y, en

consecuencia, están mejor pagados. Esta tendencia culmina en la cima, donde, entre los/-as directores/-as generales, menos del 6 % son mujeres.

- Las mujeres se encargan de importantes tareas no remuneradas, como el trabajo doméstico y el cuidado de los/-as hijos/-as o de familiares, en mucha mayor medida que los hombres. Los hombres que trabajan dedican una media de 9 horas semanales a los cuidados y actividades domésticas no remuneradas, mientras que las mujeres que trabajan dedican 22 horas, es decir, casi 4 horas diarias.
- Las mujeres tienden a pasar períodos fuera del mercado laboral con más frecuencia que los hombres. Estas interrupciones de la carrera profesional no sólo influyen en el salario por hora, sino que también repercuten en los ingresos futuros y en las pensiones.
- Segregación en la educación y en el mercado de trabajo. Esto significa que, en algunos sectores y ocupaciones, las mujeres tienden a estar sobrerrepresentadas, mientras que, en otros, son los hombres quienes lo están. En algunos países, las ocupaciones predominantemente femeninas, como la enseñanza o las ventas, ofrecen salarios más bajos que las ocupaciones predominantemente masculinas, incluso cuando se requiere el mismo nivel de experiencia y educación.

Las diferencias en los roles familiares también son evidentes cuando se examinan las tasas de desempleo por género y clasificadas por estado civil. En Grecia, se observa una gran diferencia (8,9%) en la tasa de desempleo entre hombres y mujeres solteros/-as (datos del GSGE), siendo la tasa de desempleo de las mujeres solteras del 32,4%. Se observa una diferencia aún mayor entre hombres y mujeres casados/-as (10,6%) y la tasa de desempleo de las mujeres se mantiene en un nivel elevado (19,6%), lo que indica que, en lo que respecta a la distribución de los roles familiares, un mayor porcentaje de mujeres se ocupa principalmente de las tareas domésticas y de la crianza de los hijos, quedando así fuera del mercado laboral.

En Grecia, el porcentaje de mujeres matriculadas en programas de formación profesional de secundaria superior es uno de los más bajos entre los países de la OCDE y los países socios (35.4% en 2018). Asimismo, la proporción de mujeres graduadas en programas de formación profesional de secundaria superior es una de las más pequeñas entre los países de la OCDE y las economías de los países socios con datos disponibles.

Entre el alumnado de alto rendimiento en matemáticas o ciencias, aproximadamente uno de cada cuatro chicos en Grecia espera trabajar como ingeniero o profesional de las ciencias a la edad de 30 años, mientras que aproximadamente una de cada cuatro chicas espera hacerlo (la diferencia no es estadísticamente significativa). Aproximadamente tres de cada diez chicas de alto rendimiento esperan trabajar en profesiones relacionadas con la salud, mientras que aproximadamente uno de cada siete chicos de alto rendimiento espera hacerlo. Un 8% de los chicos y un 1% de las chicas de Grecia esperan trabajar en profesiones relacionadas con las TIC.

Las representaciones típicas de hombres y mujeres en el cine, la televisión y la cultura popular griega en general no difieren significativamente de los estereotipos comunes basados en el género. Es importante señalar que no hay ninguna mujer propietaria o directora general en las grandes empresas de medios de comunicación de Grecia. Esto podría influir en las representaciones basadas en el género.

Tras las acusaciones públicas de acoso sexual, reforzadas a través del movimiento «#MeToo», e incluso de violación por parte de destacadas atletas y actrices, la conciencia pública sobre la violencia y el acoso de género, especialmente en el entorno laboral, parece estar aumentando.

Italia: en Italia, la brecha salarial de género es un tema muy importante. Según la investigación de datos de 2017, la brecha salarial de género ha disminuido en los últimos años (con un 8,8% de diferencia en los salarios en 2014 y un 7,4% de diferencia en 2017), especialmente debido al mayor crecimiento del salario medio por hora de las mujeres (+2,4%) en comparación con los hombres (+1%). La mayoría de los sectores profesionales muestran una desventaja hacia las mujeres, con las únicas excepciones de la construcción, la extracción de minerales, el transporte y el almacenamiento. Aunque las mujeres están infrarrepresentadas en estos sectores, cobran más que los hombres. Los informes también muestran que la educación es una gran preocupación en relación con el empleo, y que la brecha de género se reduce cuando el nivel educativo es más alto.

En las últimas décadas, el papel de la familia ha cambiado en Italia, con más personas viviendo con sus familias biológicas en lugar de en relaciones de pareja, así como más madres solteras viviendo solas con sus hijos/-as, en lugar de en pareja. De media, hasta 2014, los hombres eran más propensos a permanecer con sus propias familias antes de convertirse en padres entre los 35 y los 44 años. El número de amas de casa en Italia también ha disminuido en las últimas décadas, siendo la mayoría de las amas de casa de la generación más mayor con 60 años o más. A pesar de este cambio, la media de horas de trabajo no remunerado por mujer trabajadora es de 1.506 horas frente a las 826 horas de los hombres (empleados y desempleados).

En cuanto al nivel de estudios de hombres y mujeres, las mujeres tienen una media más alta de estudios secundarios y universitarios en comparación con los hombres. Entrando en más detalle, en el año 2019, los hombres tenían un mayor número de titulaciones científicas y tecnológicas (37,3%) frente a las mujeres (16,2%), siendo las titulaciones en áreas humanísticas lo contrario, con una media del 30,1% de mujeres con titulación humanística frente al 15,6% de hombres titulados. Según la OCDE, menos del 5% de las chicas de 15 años se plantean una carrera de informática o ingeniería frente al 20% de los chicos.

En el sector cinematográfico y artístico, las mujeres representan el 37% de los puestos directivos (por ejemplo, directoras, miembros del consejo de administración, consejos de administración, etc.). Las mujeres son mayoría en los puestos de mayor nivel, con un 63%. A

pesar de ello, las mujeres ganan aproximadamente una tercera parte en comparación con sus compañeros de trabajo hombres.

Los estereotipos y los roles de género siguen siendo muy comunes en Italia, y se incluyen en muchas creaciones artísticas como la música contemporánea. A menudo se describe a las mujeres como individuos dependientes y pasivos, que esperan a los hombres en su vida. A menudo se relaciona a las mujeres con ser trofeos, escandalosas, tontas o definidas por el amor. Esto puede verse con ejemplos como *Sei bellissima* de Loredana Berté, una canción sobre una mujer obsesionada con su novio, o *Meschina* de Modà, una mujer descrita como infiel. En cuanto a la representación de la mujer en la filmografía italiana, desde la difusión de la famosa «comedia italiana», las películas escenifican una imagen compartida de la mujer descrita bien como personaje melodramático, bonita y *femme fatale*, madre apenada o esposa engañada.

Rumanía: en Rumanía, la diferencia salarial entre hombres y mujeres es mayor en el sector del empleo privado que en el público. Las mujeres tienden a liderar los puestos de trabajo relacionados con los recursos humanos y el sector financiero y administrativo, con un 67-79% de empleadas en estos sectores. En el ámbito educativo, el 66% de las personas empleadas son mujeres. En general, las mujeres cobran una media del 3,5% menos que los hombres, lo que es inferior a la media europea. A lo largo de los años, Rumanía ha actualizado múltiples veces sus leyes de igualdad de género, estipulando el derecho a la igualdad salarial. A pesar de esta estrecha diferencia salarial, los hombres tienden a ganar más debido a que ocupan puestos de mayor rango, y las mujeres sólo ocupan el 6,3% de los puestos de alto rango. Las mujeres tienen más probabilidades de realizar trabajos no remunerados (por ejemplo, actividades domésticas o compromisos con la comunidad).

Las mujeres tienen un 25,8% más de probabilidades de cuidar y educar diariamente a sus hijos/-as, nietos/-as, ancianos/-as o personas con discapacidad que los hombres. Además, las mujeres (75,3%) tienen casi el doble de probabilidades de cocinar y realizar las tareas del hogar todos los días en comparación con los hombres (40,6%). Esta diferencia es aún mayor en el caso de las parejas con hijos/-as, ya que el 78,8% de las mujeres en esta situación familiar cocinan y realizan las tareas del hogar todos los días, frente al 42,4% de los hombres en la misma situación.

En Rumanía, el 63,3% de los hombres jóvenes han terminado el bachillerato, frente a sólo el 57,4% de las mujeres jóvenes. Según Eurostat, sólo el 20,3% de los hombres jóvenes de Rumanía han completado la educación secundaria, frente al 23,9% de las mujeres. Las diferencias se reducen entre los titulados universitarios, ya que el 18,7% de las mujeres y el 16,4% de los hombres tienen un título universitario.

Con un 32,9 %, las mujeres están más representadas en la educación terciaria en los ámbitos de la educación, la salud y el bienestar, las humanidades y las artes, frente a sólo un 17,9% de

los hombres. Las mujeres de 49 años o menos tienen más probabilidades de cursar estudios superiores que sus homólogos masculinos. En cuanto a las generaciones mayores, de 50 años o más, los hombres son ligeramente más propensos a graduarse en educación terciaria, como institutos y universidades.

España: con un 14,9% de diferencia en 2017, la brecha salarial de género en España era inferior a la media europea del 16,3% de ese mismo año. Las mujeres tienen un 14,6% menos de posibilidades de obtener un empleo a tiempo completo. Esta diferencia aumenta aún más en el caso de las mujeres con pareja y con hijos/-as, ya que solo el 59,1% de ellas trabaja a tiempo completo, frente al 86,4% de los hombres. La tasa se reduce ligeramente en el caso de las mujeres que son madres solteras. En cuanto a los puestos de dirección en las grandes empresas y como miembros de los consejos de administración, España muestra una media más alta de hombres en dichos puestos con un 76,4% que de mujeres con un 23,6%. Con ello, España se inclina más por los hombres en puestos de dirección que la media de la Unión Europea.

En las familias, existe un claro reparto de roles, con un 84,5% de mujeres que realizan las tareas del hogar a diario frente a sólo un 41,9% de hombres. Si se investiga más a fondo, se observa que las mujeres de las familias con hijos/-as se ocupan aún más de las tareas domésticas (90,7%) que los hombres en la misma situación (36,3%).

En cuanto a la educación, las mujeres muestran mayor número que los hombres. El 48,7% de las mujeres de entre 25 y 49 años suelen completar su educación terciaria (universidad, colegio, formación y estudios posteriores a la educación secundaria, etc.), frente al 39,8% de los hombres. La comparación con las generaciones mayores muestra que no sólo ha aumentado la tasa de titulados en educación terciaria a lo largo de los años en España, sino también la participación de las mujeres. En el caso de las personas de 65 años o más, sólo el 9% de las mujeres y el 18,3% de los hombres completaron su título de educación terciaria. Las mujeres tienen aproximadamente el doble de probabilidades de obtener un título en educación, salud y bienestar, humanidades o artes, ya que el 48,7% de las mujeres se deciden por una de estas titulaciones, frente al 24,7% de los hombres que eligen uno de estos sectores. La diferencia aumenta aún más en la vida laboral, ya que el 24,2% de las mujeres trabajan en educación, salud o en actividades de trabajo social, mientras que sólo el 7,7% de los hombres trabajan en estos campos.

El sector cinematográfico en España está dominado por los hombres, ya que cubren el 70% de las ocupaciones del sector. El 81% de los/-as directores/-as en España son hombres, frente a un 19% de mujeres. Las mujeres sólo son mayoritarias en trabajos como la dirección artística (56%), el diseño de vestuario (86%) y el maquillaje y la peluquería (75%). Los hombres tienen la mayoría en los campos de dirección de fotografía (90%), composición musical (88%) y sonido (86%).

España muestra una brecha de género menos acusada que muchos otros países del mundo, pero mantiene muchos roles y expectativas de género, con las mujeres generalmente en determinados tipos de trabajos o quedándose en casa, cuidando de sus hijos/-as.

Reino Unido: A pesar de la abundancia de legislación y políticas aplicadas en el Reino Unido, como la Ley de Igualdad de 2010, que protege a toda la ciudadanía de la discriminación en el lugar de trabajo y en la sociedad en general, y la Ley de Derechos Humanos de 1998, que establece los derechos fundamentales y la libertad de todas las personas en el Reino Unido, este país sigue teniendo muchas y grandes lagunas en materia de igualdad de género. En el Reino Unido, frente a una media del 1,6% de los hombres, las mujeres trabajan más a media jornada, con un 5,4% de media. En el caso del personal a tiempo completo, el 10% de las mujeres mejor pagadas reciben una media del 17,7% menos que el 10% de los hombres mejor pagados. Esta diferencia se reduce en las ocupaciones y puestos con mayores ingresos.

Las mujeres tienen más probabilidades de trabajar en los sectores peor pagados de la economía, mientras que los hombres tienden a trabajar en los sectores mejor pagados. Las mujeres tienen más probabilidades de trabajar en ocupaciones con una mayor proporción de compañeras de trabajo. En los sectores que atraen salarios más altos, las mujeres siguen siendo más propensas a trabajar en ocupaciones menos remuneradas, como las de «administración» (76%) y «cuidados, ocio y otros servicios» (81%). Aunque las mujeres dominan el sector de la educación, están infrarrepresentadas en los puestos de dirección. Por ejemplo, en los centros de secundaria, las mujeres sólo representan el 38% de las directoras, a pesar de representar el 63% del personal docente. En comparación, sólo el 15% del profesorado de primaria son hombres. Una tendencia similar se observa también en las empresas: sólo 1 de cada 3 empresarios/-as británicos/-as es mujer, lo que equivale a una brecha de 1,1 millones de empresas.

La sociedad británica ha considerado tradicionalmente al hombre como el sostén de la familia, mientras que la mujer era el ama de casa y la principal cuidadora de los/-as hijos/-as. Según la Oficina de Estadísticas Nacionales, hoy en día hay más niños y niñas criados en hogares monoparentales. Asimismo, el número de familias del mismo sexo también ha aumentado un 40% desde 2015, tras la legislación del matrimonio entre personas del mismo sexo en Inglaterra, Gales y Escocia en 2014. Sin embargo, aunque las mujeres disfrutan de la igualdad de derechos y de la oportunidad de elegir su forma de contribuir a la dinámica del hogar, prevalecen las opiniones tradicionales sobre la familia y las obligaciones domésticas.

Las niñas de entre 7 y 11 años están adelantando a los niños en los resultados de los exámenes. Esta tendencia continúa hasta la Educación Secundaria Obligatoria (GCSE, en Reino Unido), donde los resultados recientes muestran una brecha de rendimiento del 7% entre niñas y niños en todas las materias. Estas tendencias dictan la disparidad entre la cantidad de alumnos y alumnas que solicitan ingresar en la universidad. Más de tres cuartas partes de las alumnas de

secundaria en el Reino Unido afirman haber recibido comentarios sexistas de otros alumnos. También preocupa la sexualización de las jóvenes en el entorno educativo.

Una investigación reciente ha demostrado que el 13,6% del equipo directivo son mujeres en comparación con los hombres. Por término medio, las directoras dirigen menos películas en su carrera y tienen menos probabilidades de recibir el mismo número de oportunidades que los hombres. Esto también es evidente en toda la industria, con una baja proporción, que incluye al equipo de rodaje, a las mujeres creativas, al equipo de medios y a las escritoras. No existe un sistema de regulación eficaz para vigilar o hacer cumplir la igualdad de género. Sin una protección adecuada y en una industria en la que la contratación se realiza principalmente en privado y la reputación es de gran importancia (desalentando cualquier queja de una parte discriminada), las prácticas de contratación injustas no se denuncian y se ignoran.

3. METODOLOGÍA DE LOS TALLERES

3.1 Abordar los roles y estereotipos de género en una formación dirigida por jóvenes

Es posible que las personas jóvenes ya hayan entrado en contacto con el análisis de los estereotipos en las películas y los programas de televisión, aunque en la mayoría de los casos los consideran un **entretenimiento** y suelen ser criticados en cuanto a su valor de entretenimiento y calidad de producción. Aunque ya hayan oído hablar de los estereotipos en estos medios, es importante **concienciarles** sobre los estereotipos y sus consecuencias. Los estereotipos y sus efectos no son necesariamente «malos» si se cuestionan, se investigan y se comprenden, pero sin **conocer la causa y las consecuencias**, los estereotipos pueden tener graves repercusiones.



En primer lugar, los/-as jóvenes tienen que ser capaces de reconocer y discutir los estereotipos y los roles de género. Si no son capaces de identificar qué es un estereotipo, les será imposible reducir su influencia. En este sentido, es fundamental fomentar su comprensión de los estereotipos no sólo explícitos, sino también implícitos, es decir, inconscientes, que pueden desconocer.

El proyecto Shanarani Youth-Led se dedica especialmente a un enfoque centrado en la juventud, lo que significa que la persona formadora actúa como facilitadora para que los/-as jóvenes aprendan nuevas competencias y apliquen nuevas habilidades. La persona encargada de la formación no actúa como conferenciante, asesora o instructora, sino que ofrece

aportaciones y ejemplos para que los/-as jóvenes analicen los estereotipos de género que encuentran en su vida diaria.

Una vez aprendidos en los talleres, las personas jóvenes deben poseer las siguientes competencias y conocimientos:

Conocimientos	Habilidades/Competencias	Responsabilidad y autonomía
Conciencia de los estereotipos y roles de género en los medios de entretenimiento.	Identificación y reconocimiento de los estereotipos y roles de género en las películas y programas de televisión.	Iniciativa para aplicar las habilidades aprendidas en su vida diaria sin supervisión ni instrucción.
Conocimiento sobre cómo abordar los estereotipos de género entre sus iguales.	Participar en debates sobre estereotipos de género con sus iguales: cómo tratar las diferencias de opinión y perspectiva.	Tomar la iniciativa en los debates y motivar a otras personas a participar.
Orígenes y causas de los estereotipos.	Ser capaz de identificar y/o investigar el motivo de los estereotipos y los roles de género.	Explicar a las demás personas los orígenes y las razones de los estereotipos de forma coherente.
Consecuencias de los estereotipos de género en general y en su propia vida diaria.	Reconocer las consecuencias de los estereotipos de género y de los estereotipos en su vida diaria.	Ser capaz de cuestionar su propio comportamiento y el de los demás en relación con los estereotipos sin supervisión ni instrucción.
Crear nuevos modelos de conducta positivos y realistas para su futuro (para reducir la influencia de los estereotipos de género negativos).	Utilizar su propia individualidad y creatividad para desarrollar nuevos modelos de conducta y desafiar los estereotipos.	Comprometerse y colaborar con sus compañeros/-as para pensar en nuevos modelos de conducta, combinando diferentes puntos de vista e intereses.

Para los talleres y la sostenibilidad de los mismos, es importante que los/-as participantes sean capaces de identificar, abordar y debatir los estereotipos. Las personas jóvenes recibirán asesoramiento, pero no enseñanzas/lecciones, de las personas formadoras y, en una fase posterior, podrán explorar los estereotipos en su vida cotidiana fuera del marco de los talleres.

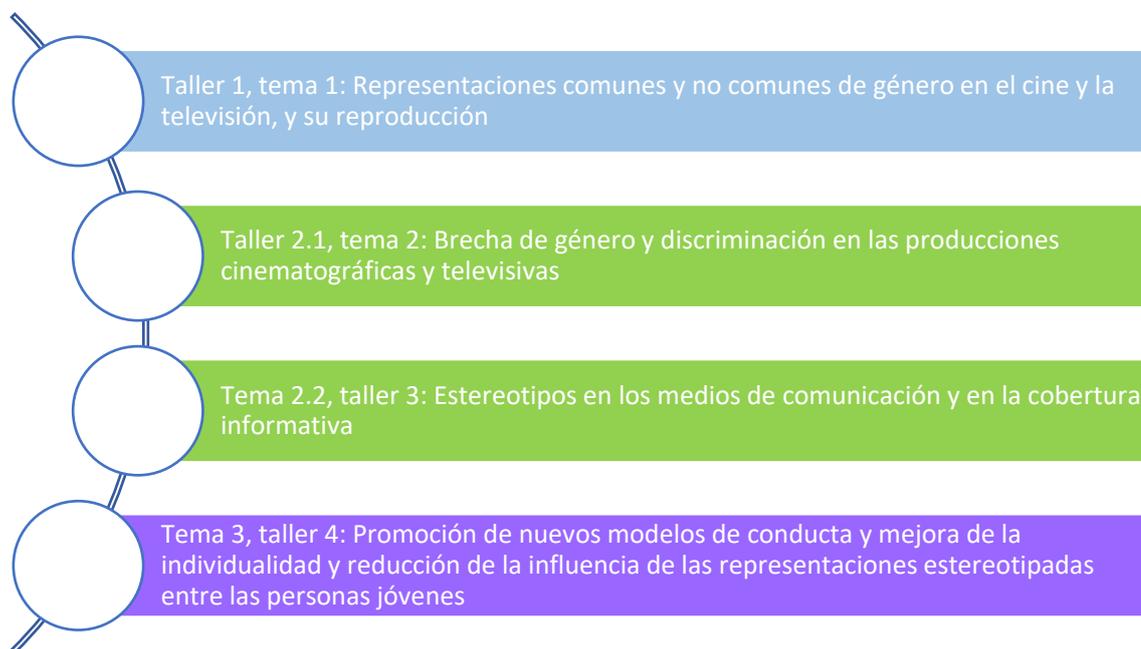
De este modo, se garantiza un enfoque dirigido por jóvenes y se les permite aplicar los conocimientos adquiridos individualmente en su vida cotidiana.

Para garantizar la participación activa y la motivación de los/-as participantes, la persona formadora debe:

- Entender su papel como asesora y facilitadora, y no como profesora o conferenciante.
- Establecer ciertos objetivos para cada sesión, junto con los/-as jóvenes, e integrar sus sugerencias y comentarios en la medida de lo posible.
- Confiar en los/-as participantes y darles responsabilidad sobre sus tareas y proyectos.
- Permitir que los/-as jóvenes expresen sus opiniones libre y abiertamente.
- Ofrecer comentarios y retroalimentación positiva.
- Escuchar activamente a los/-as jóvenes.
- Sea clara en la comunicación.

3.2 El marco de los talleres para jóvenes

Los talleres seguirán cuatro temas principales, identificados por los países socios del proyecto donde los/-as jóvenes elaborarán y explorarán bajo la dirección de la persona formadora:



Los temas abarcan tanto la perspectiva del público en las películas y los programas de televisión como la situación entre bastidores, así como la investigación de los roles de género en la cobertura de las noticias.

Las personas formadoras proporcionarán ejemplos para cada tema y luego motivarán a los/-as jóvenes a explorar el tema en grupos o individualmente. Es esencial que las personas jóvenes

entiendan primero qué son los estereotipos, especialmente los estereotipos de género, y los roles de género. Se les proporcionará información para que se introduzcan en el tema de los estereotipos antes de comenzar el taller, lo que les permitirá empezar a pensar en los estereotipos que puedan haber experimentado o practicado en su vida. En el taller, la persona encargada de la formación puede hacer un breve repaso del tema introducido y reflexionar sobre la información recibida. Antes de guiar a dichas personas participantes en su propia exploración de los estereotipos, se debe dar algunos ejemplos para asegurarse de que tienen alguna información que aplicar en sus investigaciones y actividades. Después, el/la formador/-a actúa sólo para facilitar y apoyar, cuando es necesario, pero deja la investigación a las propias personas jóvenes. Las actividades se plantean para:

- Motivar a las personas jóvenes a expresar sus opiniones.
- Permitir que investiguen los estereotipos en las películas y programas de televisión.
- Permitirles analizar y cuestionar los estereotipos de género, su causa y su efecto en la sociedad y en su vida cotidiana.
- Involucrarles en un debate e intercambio con sus compañeros/-as.
- Capacitarles para que muestren iniciativa a la hora de identificar y explorar los estereotipos y los roles de género en su vida cotidiana.
- Mejorar su iniciativa para aplicar los contenidos aprendidos en su futuro.

Los talleres incluirán actividades que se pondrán en práctica en casa fuera del entorno del taller para preparar las siguientes sesiones. La persona responsable de la formación también proporcionará material adicional después del taller para que los/-as jóvenes puedan seguir investigando el tema.

3.3 Adaptación de los talleres según las necesidades

Como ya se ha mencionado, los talleres pueden y deben adaptarse a las necesidades de las personas participantes. Sus necesidades pueden variar en función de la edad, la cultura, el país, los intereses, etc. y es esencial que quien imparta la formación sea consciente de estas diferencias.

Diferencias demográficas

Ejemplos: edad, lugar de residencia, género, trabajo, educación, etc.

Las diferencias demográficas son las más evidentes en las personas participantes a la hora de implementar una formación. Es evidente que una formación tiene que aplicarse de forma diferente para una persona de 14 años que para una de 21 años. Sin embargo, las diferencias demográficas también incluyen categorías como el género, el origen, el empleo y la situación de ingresos. Por lo tanto, son esenciales aspectos como: ¿a qué recursos puede acceder este/-

a participante? ¿Cuándo tienen tiempo los/-as participantes para asistir a este taller? ¿Tienen que viajar mucho para llegar al lugar de la formación?

La persona que imparte la formación tiene que tener en cuenta todos estos factores y adaptar su taller a las necesidades de los/-as participantes. Recogemos algunos ejemplos de adaptaciones que hay que hacer:

Posibles obstáculos	Posible(s) enfoque(s)
Las personas participantes no pueden acudir al lugar de la formación o tendrían que viajar mucho para llegar al taller.	Los talleres pueden adaptarse a la formación en línea. Si se adaptan, la persona formadora tiene que comprobar si todos los/-as participantes tienen acceso a un ordenador, una tablet o un smartphone.
Las personas participantes tienen que trabajar/ir a la escuela durante el día.	Intentar encontrar un horario que se adapte a todas las personas participantes. Si alguien tiene tiempo cuando otras están ocupadas, puede ser una mejor idea dividir el grupo y ofrecer dos horarios diferentes para el mismo taller.
Las personas participantes no entienden el contenido de la actividad debido a la redacción, las frases, etc.	Quien imparte la formación debe investigar siempre la edad de las personas participantes antes del taller para saber si hay que cambiar alguna expresión, terminología o lenguaje en consecuencia. Una persona joven de 15 años entiende cosas de manera diferente a otra de 30 años.

Diferencias culturales

Ejemplos: preferencias nacionales de cine y televisión, sexualidad en el cine y televisión, expresiones consideradas groseras o insultantes.

Las diferencias culturales son de las más difíciles de detectar, sobre todo si las creencias culturales y los antecedentes de los/-as participantes difieren de los de la persona formadora. Por lo tanto, ésta tiene que ser consciente de las diferencias culturales entre sí misma y las personas participantes, así como entre las propias personas jóvenes.

La persona que imparta la formación tiene que reflexionar sobre el contexto cultural de los/-as participantes y adaptar no sólo las expresiones y la redacción, sino también considerar los

ejemplos que utilizan durante las actividades del taller. Algunos ejemplos de películas o de televisión podrían no considerarse apropiados para algunos/-as participantes.

Además, en algunos países, el mercado del cine y la televisión está dominado por los contenidos estadounidenses, mientras que en otros hay más películas y programas nacionales, por lo que los ejemplos de esos programas nacionales son más apropiados para los talleres.

Diferencias de formación

La última categoría de diferencias está directamente relacionada con la realización del taller. Al planificar el taller, las personas formadoras deben tener en cuenta el lugar, el tiempo y los recursos que utilizan, así como reflexionar sobre la reacción de los/-as jóvenes a las actividades y la orientación.

Lugar: el lugar del taller, si se celebra de forma presencial, debe contar con una buena circulación de aire, luz y temperatura y no hacer que las personas participantes se sientan incómodas. El lugar debe examinarse antes del taller propiamente dicho y tiene que corresponder al número de participantes. Si hay más jóvenes que asisten al taller, la sala tiene que ser más grande que si sólo hay 5 participantes.

Hora: la hora del taller debe ser adecuada para todos los/-as participantes y no coincidir con otros eventos importantes, obligándoles a llegar más tarde o a marcharse antes. Hay cuatro talleres en total, lo que significa que los/-as participantes deben estar disponibles para las cuatro sesiones.

Recursos: todos los recursos y herramientas utilizados en los talleres deben estar listos para su uso y no deben prepararse durante la propia formación. Si surge algún problema técnico durante la formación, se recomienda disponer de un/una compañero/-a o experto/-a que pueda centrarse en el problema y solucionarlo sin perturbar la formación en general.

Asistencia: especialmente durante las formaciones en línea, pero también en las presenciales, hay fases de distracción, aburrimiento o fatiga. Esto no se debe necesariamente a la persona formadora y al contenido del taller, sino que también puede ocurrir debido a factores externos, por ejemplo, el ruido fuera del espacio de formación, las molestias de los/-as compañeros/-as de trabajo o de los/-as amigos/-as, el haber tenido un día de trabajo/escolar agotador antes de la formación, etc. También puede deberse a la falta de interés en una actividad específica durante los talleres. Tanto si se debe a la propia formación como a circunstancias externas, la persona formadora tiene que prestar atención a los/-as jóvenes y debe ser capaz de adaptar las actividades como corresponde. Para garantizar la continuidad de la asistencia y la concentración, la persona que imparte la formación puede:

- acortar o alargar las actividades si es necesario;
- hacer una breve pausa para que todas las personas puedan moverse o descansar un momento;
- facilitar los debates entre los/-as participantes; es muy recomendable no dar largas charlas, sino implicarles activamente en su participación;
- motivar a los/-as jóvenes que hablan menos que los/-as demás para que participen en los debates y expresen sus propias opiniones.

Todas las adaptaciones de los talleres deben ir en función de las necesidades de los/-as jóvenes que participan en la formación. La persona que imparte la formación debe comenzar la formación bien preparada y conociendo a sus participantes. Algunas adaptaciones deben aplicarse antes del inicio de los talleres (lugar, hora, etc.), mientras que otras deben aplicarse durante la propia formación, en función de los/-as participantes y del desarrollo de los propios talleres (enfoque de los/las participantes, debates motivadores, etc.).

4. ACTIVIDADES PARA LOS/-AS TRABAJADORES/-AS JUVENILES

Antes de poner en marcha un taller de educación de género con las personas jóvenes, el/la propio/-a trabajador/-a juvenil debe ser consciente de lo que son los estereotipos, sus posibles efectos y consecuencias y su origen. Debe tener una actitud abierta a la diversidad de los/-as jóvenes participantes, así como a las diferentes perspectivas. Se espera que facilite la iniciativa, el debate, el pensamiento crítico y la concienciación de los/-as jóvenes.

Los siguientes ejercicios son actividades recomendadas para que la persona que trabaja con jóvenes se forme para los talleres, aprenda sobre los estereotipos y aumente su propia conciencia respecto a los estereotipos y los roles de género. Los/-as trabajadores/-as juveniles deben adquirir los mismos conocimientos y habilidades que las personas jóvenes, por lo que algunas de las actividades se solapan con los ejercicios de los talleres juveniles.

4.1 Resumen de los talleres

Taller 1: Estereotipos y roles de género (3 horas)

Duración/Tiempo	Tema	Método/Ejercicio
10 minutos	Bienvenida y presentación del programa de formación del día	
15 minutos	Ejercicio de bienvenida	N.º 1: Este/esta soy yo
55 minutos	Intercambio de experiencias sobre los roles y estereotipos de género	N.º 2: Explorando los roles de género
10 minutos	Breve pausa	
20 minutos	Aportación teórica y presentación con información contextual sobre los orígenes y el efecto de los estereotipos + aspectos culturales	Presentación de la persona formadora, véase «Materiales adicionales 1»
40 minutos	Ejercicio musical de sensibilización sobre los estereotipos	N.º 3: Escuchar atentamente
20 minutos	Presentación de los folletos de formación	Presentación por parte de la persona formadora, introduciendo todos los Materiales adicionales (folletos de formación)

10 minutos	Respuesta a las preguntas abiertas y evaluación de la jornada	
------------	---	--

Taller 2: Estereotipos de género en el cine, la televisión y los medios de comunicación (3 horas)

Duración/Tiempo	Tema	Método/Ejercicio
10 minutos	Presentación del programa de formación del día	
60 minutos	Sensibilización sobre los estereotipos de género en el cine y la televisión	N.º 9: ¿Qué está pasando?
20 minutos	Aportación teórica sobre la discriminación de género en las producciones cinematográficas y televisivas	Presentación de la persona formadora, véase «Materiales adicionales 2»
10 minutos	Breve pausa	
20 minutos	Primer paso para el día siguiente. Actividad de presentación de carteles	N.º 5: Primeros pasos de galería de carteles
50 minutos	Evaluación de la película sobre los estereotipos y sus efectos	N.º 4: Análisis de vídeo
10 minutos	Respuesta a las preguntas abiertas y evaluación de la jornada	

Taller 3: Motivación de nuevos modelos de conducta (3 horas)

Duración/Tiempo	Tema	Método/Ejercicio
10 minutos	Presentación del programa de formación del día	
50 minutos	Aprender a utilizar la imaginación para mejorar las representaciones de género	N.º: 5: Galería de carteles
30 minutos	Reflexión sobre los rasgos de carácter identificados con el género	N.º: 6: Qué típico

10 minutos	Breve pausa	
40 minutos	Aprender a presentar en un tiempo adecuado y a involucrar a los/-as oyentes	N.º: 7: Aprender, compartir y escuchar
30 minutos	Compartir las experiencias de la formación y las mejores prácticas	N.º: 8: He aprendido... Quiero aprender
10 minutos	Responder a las preguntas abiertas y evaluar la jornada y la formación en general	

4.2 Unidades de formación para talleres

N.º	1
Nombre del ejercicio	Este/esta soy yo
Objetivos	- Conocerse mutuamente - Establecer una atmósfera segura y cómoda para las personas participantes
Duración	15 minutos
Materiales/Recursos	-
N.º de participantes	Mín. 10 participantes
Descripción	1) La persona formadora comienza presentándose con su nombre, su edad o su lugar de trabajo, una de sus aficiones y una persona o personaje con el que tenga algo en común o que le inspire y por qué. A continuación, pasa la palabra a una de las personas participantes. La siguiente repite los mismos pasos con su propia información y aspiraciones. 2) La persona que imparte la formación pregunta si se ha entendido todo con claridad o si alguien desea que se vuelva a repetir lo dicho.
Observaciones sobre la metodología	-
Otras lecturas/fuentes	-
N.º	2
Nombre del ejercicio	Explorar los roles de género
Objetivos	- Concienciar sobre los roles de género

	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocer e identificar los roles de género a los que se enfrentan durante la propia vida - Analizar las expectativas sociales debidas a los roles de género
Duración	65 minutos
Materiales/Recursos	Papel, bolígrafos, 2 cajas o bolsas para colocar los papeles y rotafolio
N.º de participantes	Mín. 10 participantes
Descripción	<p>1) Cada participante recibe dos hojas de papel. Se pide a cada participante que escriba en un papel un acontecimiento/actividad que haya podido realizar fácilmente en su vida debido a su género, y en el otro papel un acontecimiento/actividad que no haya podido realizar debido a su género.</p> <p>2) Los papeles se introducen en las dos cajas/bolsas.</p> <p>3) El/la formador/-a los escoge uno a uno y los lee en voz alta. Después de cada papel, pide a las personas participantes que discutan si esto también les ocurrió a ellas y por qué puede ser más fácil/difícil para un género.</p> <p>4) Después de leer todos los documentos, se pide a los/-as participantes que compartan si les ha parecido sorprendente alguno de ellos y cuáles creen que podrían ser las posibles consecuencias de que a las personas jóvenes se les impida hacer algo que les gustaría.</p> <p>5) Las personas participantes se dividen en 2-4 grupos. Discuten de forma conjunta cómo podría ser su vida si hubieran tenido la oportunidad de explorar la actividad que querían y si se les hubiera impedido hacer la actividad a la que llegaron fácilmente debido a su género. Cada grupo nombra a una persona para que presente las conclusiones de su grupo.</p> <p>6) Los grupos vuelven a reunirse y comparten sus conclusiones de uno en uno. La persona formadora resume sus conclusiones y sus similitudes/diferencias. Asimismo, pregunta a los/-as</p>

	participantes si tienen alguna observación adicional a sus conclusiones.
Observaciones sobre la metodología	Se recomienda que la persona formadora presente primero sus propios documentos, a modo de ejemplo. Ejemplos de actividades posibles: - Tomar clases de deportes específicos - Jugar con juguetes específicos - Salir con amigos/-as a un evento
Otras lecturas/fuentes	-
N.º	3
Nombre del ejercicio	Escuchar atentamente
Objetivos	- Concienciar sobre los estereotipos - Identificar el propio pensamiento estereotipado
Duración	40 minutos
Materiales/Recursos	3-4 canciones desconocidas para los/-as trabajadores/-as juveniles; pueden ser en un idioma diferente
N.º de participantes	Mín. 5 participantes
Descripción	1) Se presenta a las personas que trabajan con jóvenes una canción con la que no están familiarizadas. Se les pide que escuchen la canción sin saber el/la artista, el título de la canción, la letra exacta y el vídeo musical. 2) Tras escuchar la canción, se pide a las personas participantes que compartan sus ideas sobre quiénes podrían ser los artistas (género, edad, etnia, etc.), cuál podría ser el significado de la letra y/o el contenido del vídeo musical. 3) Se revelan el artista, la letra y el vídeo musical. 4) Los/-as trabajadores/-as juveniles discuten y reflexionan sobre lo cerca o lejos que estaban de la realidad, cómo aplicaron los estereotipos a la canción y de dónde podrían venir los estereotipos aplicados.
Observaciones sobre la metodología	Este ejercicio puede aplicarse centrándose en el/la artista, la letra o el vídeo musical. No es necesario que incluya un debate sobre las tres categorías.
Otras lecturas/fuentes	Ejemplos de canciones:

	<p>Tracy Chapman – <i>Sing for You</i></p> <p>Shania Twain – <i>Man! I Feel Like A Woman</i></p> <p>Aqua – <i>Barbie Girl</i></p>
N.º	4
Nombre del ejercicio	<i>Análisis de vídeos</i>
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar y analizar los estereotipos de género en la película - Permitir que todas las personas participantes compartan su perspectiva y opinión - Reflexionar sobre los estereotipos de género y sus efectos
Duración	40 minutos
Materiales/Recursos	2-3 secuencias de vídeo que muestren estereotipos de género implícitos y explícitos, de 2-3 minutos de duración
N.º de participantes	Mín. 10 participantes
Descripción	<p>1) Las personas participantes se dividen en 2-3 grupos en función del número de participantes. El/la formador/-a entrega a cada grupo una secuencia de vídeo para que la analice.</p> <p>2) Los grupos analizan las secuencias y escriben los estereotipos que han encontrado en ellas. Los estereotipos deben clasificarse en categorías: explícito/implícito, realista/irrealista, estereotipo general/estereotipo de género.</p> <p>3) Los grupos ven juntos los videoclips y cada uno presenta los estereotipos que ha encontrado. El resto de los/-as participantes tienen la oportunidad de añadir o comentar los resultados y sus categorías.</p> <p>4) Los grupos se reúnen de nuevo y reflexionan sobre los orígenes y efectos de los estereotipos encontrados:</p> <ul style="list-style-type: none"> o «¿Por qué se representa así? ¿De dónde viene este estereotipo?» o «¿Cuáles son los posibles efectos y consecuencias en las personas espectadoras, especialmente en los/-as jóvenes?» <p>5) Los pequeños grupos presentan sus resultados a todo el grupo y reflexionan sobre los resultados y comparten sus opiniones.</p>
Observaciones sobre la metodología	Actividad alternativa:

	Los grupos reciben la misma secuencia de vídeo para analizar y comparar sus resultados entre sí. Esta actividad también se puede adaptar de esta manera si hay más grupos que secuencias de vídeo.
Otras lecturas/fuentes	<p>Ejemplos de vídeos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Escuadrón suicida</i> (2016) ○ <i>Gossip Girl</i> (2007-12) ○ <i>La fea verdad</i> (2009)
N.º	5
Nombre del ejercicio	Galería de carteles (2 partes)
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar y analizar los estereotipos de género en la promoción del cine y la televisión - Permitir que todas las personas participantes compartan su perspectiva y opinión - Reflexionar sobre los estereotipos de género en un ejercicio más interactivo
Duración	20 minutos + 50 minutos
Materiales/Recursos	2-4 carteles impresos de programas de televisión o películas
N.º de participantes	Mín. 10 participantes
Descripción	<p>Parte I:</p> <p>1) Los/-as participantes disponen de 15 minutos para investigar posibles películas o programas de televisión que presenten representaciones estereotipadas en sus materiales promocionales (por ejemplo, carteles, pancartas, etc.).</p> <p>2) Los/-as participantes informan a la persona formadora sobre sus elecciones de carteles. No es necesario que haya un cartel por persona.</p> <p>Parte II:</p> <p>3) Los/-as participantes se dividen en 2-4 grupos. Cada uno de los grupos recibe un cartel.</p> <p>4) Los grupos discuten primero la representación estereotipada de género en los carteles. Después, se les pide que piensen en ideas sobre cómo mejorar los carteles para presentar la película y reducir o eliminar los estereotipos de género del material</p>

	<p>promocional. Pueden dibujar en los carteles o tomar notas (30 minutos).</p> <p>5) A continuación, los pequeños grupos presentan sus resultados al resto y a la persona formadora, y comparten sus razones para los cambios. Juntos reflexionan sobre los resultados y discuten los cambios.</p>
Observaciones sobre la metodología	Si es en línea: la persona que imparte la formación puede copiar la imagen en una herramienta de dibujo en línea para que los/-as participantes la dibujen en el cartel
Otras lecturas/fuentes	<p>Ejemplo de cine/televisión:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>La fea verdad</i> (2009) ○ <i>300</i> (2006) ○ <i>Ocean's Eight</i> (2018)
N.º	6
Nombre del ejercicio	Qué típico
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Abordar los rasgos de carácter identificados con el género - Reflexionar sobre las emociones y el comportamiento relacionados con el género
Duración	30 minutos
Materiales/Recursos	Papel y bolígrafos
N.º de participantes	Mín. 5 participantes
Descripción	<p>1) Se pide a las personas participantes que nombren, una a una, una emoción o un rasgo de comportamiento que suele identificarse sólo con el sexo femenino. Se continúa hasta que nadie tenga más rasgos que nombrar. El/la formador/-a anota todos los rasgos.</p> <p>2) Se repite el primer paso sólo con el género masculino.</p> <p>3) Se pide a los/-as participantes que elijan tres rasgos de cada lista. Los rasgos deben ser características que vean en ellos/-as mismos/-as.</p> <p>4) Los/-as participantes comparten sus características y la razón por la que las han elegido.</p>

	5) El grupo discute y reflexiona sobre los términos que creen que deberían aplicarse a ambos géneros y por qué suelen identificarse sólo con un género.
Observaciones sobre la metodología	Si el grupo es más grande, también se puede dividir a los/-as participantes en grupos más pequeños y que cada uno recoja los rasgos de cada género. Después, la actividad continúa como grupo entero con el paso 3 anterior.
Otras lecturas/fuentes	-
N.º	7
Nombre del ejercicio	<i>Aprender, compartir y escuchar</i>
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Atraer activamente a los/-as oyentes - Motivar a otras personas participantes para que discutan y se comprometan - Conocer los estereotipos de otros países y culturas - Intercambio de experiencias
Duración	40 minutos
Materiales/Recursos	Papel con 3 columnas para las preguntas y bolígrafos
N.º de participantes	Mín. 4 participantes
Descripción	<p>1) La persona encargada de la formación divide al grupo en parejas de 2-3 personas.</p> <p>2) Los grupos más pequeños comparten lo siguiente entre sí:</p> <ul style="list-style-type: none"> o «Un estereotipo de género en mi país/cultura es...» o «Debido a este estereotipo, muchas mujeres/hombres se comportan así...» o «Debido a este comportamiento, sufren estas consecuencias...» <p>3) A continuación, cada grupo tiene que presentar sus conocimientos compartidos, y la otra persona siempre presenta por su compañero/-a. Las presentaciones deben durar entre 1 y 2 minutos por persona.</p> <p>4) Después de cada grupo, se pide a las demás personas participantes que les hagan comentarios sobre su presentación y les den consejos para mejorar su capacidad de captar y motivar la atención de los oyentes.</p>

Observaciones sobre la metodología	La persona formadora debe llevar la cuenta del tiempo de las presentaciones, pero sin interrumpir a los/-as participantes, para que aprendan a conocer la duración adecuada de una presentación y se hagan una idea del tiempo. El/la formador/-a también puede hacer comentarios sobre las presentaciones si es necesario y apropiado.
Otras lecturas/fuentes	-
N.º	8
Nombre del ejercicio	He aprendido... Quiero aprender
Objetivos	- Intercambiar información sobre las mejores prácticas de trabajo con jóvenes - Reflexionar sobre los talleres
Duración	30 minutos
Materiales/Recursos	Hojas de papel con temas, bolígrafos y notas adhesivas
N.º de participantes	Todas las personas participantes que han intervenido en los talleres
Descripción	<p>1) El/la formador/-a presenta tres hojas de papel a las personas participantes. Cada hoja comienza con las siguientes afirmaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ «En este taller, he aprendido...» ○ «En el futuro quiero aprender más sobre...» ○ «Todavía me cuesta...» <p>2) Los/-as participantes disponen de 10 minutos para escribir sus respuestas en cada papel con sus respuestas.</p> <p>3) La persona que imparte la formación lee las respuestas en voz alta para todo el grupo y debaten las posibles preguntas, observaciones o preocupaciones.</p>
Observaciones sobre la metodología	-
Otras lecturas/fuentes	-

5. HERRAMIENTAS DE FORMACIÓN

Durante la realización de la formación para jóvenes, los/-as trabajadores/-as juveniles tienen que tener en cuenta múltiples aspectos que deben aplicarse durante toda la duración de los talleres. Son importantes para que las personas jóvenes participen activamente en los talleres y para establecer una atmósfera segura de aprendizaje.

La persona que imparte la formación debe destacar el carácter no crítico de los talleres. La formación no es un lugar para juzgar o comentar las experiencias pasadas de los/-as demás, sus propias prácticas o sus aspiraciones futuras. El objetivo de los talleres es permitirles aprender y compartir y comprometerse con los demás de forma abierta.

Todos los vídeos, películas y programas de televisión analizados, así como otra información presentada en la formación, deben explicarse en su contexto durante o después de las actividades. Si no es un paso específico en la propia actividad, se pide a los/-as formadores/-as que compartan la información de fondo de un contenido específico después de cada análisis y actividad. Especialmente en el caso de que el vídeo o los ejemplos mostrados en las actividades son de un país diferente o incluyen un idioma desconocido para los/-as participantes, se pide a la persona formadora que comparta más información sobre la discriminación de género y los roles de género sobre esa cultura y ese contexto específicos. Esto permite que los/-as participantes aprendan más sobre los orígenes, los efectos y las consecuencias de los estereotipos de género y que analicen los estereotipos en relación con sus antecedentes en lugar de reconocerlos superficialmente.

La persona formadora sólo debe actuar como agente facilitador y entidad asesora en los talleres, explicando por qué y qué tipo de actividades se están realizando. Si algunas de las personas participantes tienen dificultades para interactuar con las demás, el/la formador/-a puede intervenir y apoyarles para que se relacionen más con sus compañeras. Esto debe llevarse a cabo sin obligarles a hacer algo con lo que no se sientan cómodas.

5.1 Resumen de los talleres

Taller 1: Estereotipos (3 horas)

Objetivos de aprendizaje:

- ❖ Identificar y analizar los estereotipos de género.
- ❖ Darse cuenta de la propia práctica activa de los estereotipos.

- ❖ Concienciar sobre los estereotipos de género en las películas y programas de televisión.

Duración/Tiempo	Tema	Método/Ejercicio
15 minutos	Bienvenida, presentaciones y resumen del programa de formación	
15 minutos	Calentamiento y reflexión sobre el vídeo	N.º 1: Este/-a soy yo
60 minutos	Reconocer los estereotipos de género	N.º 9: ¿Qué está pasando?
10 minutos	Breve pausa	
25 minutos	Antecedentes teóricos e información sobre los estereotipos de género y los roles de género	Presentación de la persona formadora, véase «Material adicional 1»
45 minutos	Diferencias de perspectiva y representaciones estereotipadas	N.º 10: La mirada masculina frente a la mirada femenina Alternativa: N.º 6: Qué típico
10 minutos	Respuesta a las preguntas abiertas y evaluación de la jornada	

Taller 2: Brecha de género y discriminación en el cine, la televisión y los medios de comunicación (3 horas)

Objetivos de aprendizaje:

- ❖ Obtener información de fondo sobre las producciones televisivas y cinematográficas en lo que respecta a la discriminación de género.
- ❖ Analizar e investigar activamente los estereotipos de género.
- ❖ Identificar la discriminación de género en las producciones televisivas y cinematográficas.
- ❖ Concienciar sobre la reproducción de los estereotipos de género y la discriminación de género en los medios de comunicación.

Duración/Tiempo	Tema	Método/Ejercicio
10 minutos	Presentación del programa de formación del día	

50 minutos	Cuestionario como introducción a la brecha de género y la discriminación en la producción de cine y televisión	N.º 11: ¡Juego de preguntas!, véase «Material adicional 2»
30 minutos	Estereotipos de género en la publicidad, Parte I	N.º 12: ¡Juguemos!
10 minutos	Breve pausa	
40 minutos	Estereotipos de género en la publicidad, Parte II	N.º 12: ¡Juguemos!
30 minutos	Actualidad y cobertura mediática sobre la igualdad y la discriminación de género	N.º 13: Reducir la discriminación de género, véase «Material adicional 3»
10 minutos	Respuesta a las preguntas abiertas y evaluación de la jornada	

Taller 3: Nuevos modelos de conducta (3 horas)

Objetivos de aprendizaje:

- ❖ Reforzar la confianza en uno/-a mismo/-a.
- ❖ Reducir la influencia de los estereotipos de género y de los roles de género estereotipados en la vida cotidiana.
- ❖ Motivar el desarrollo de una perspectiva y un plan más concretos e independientes para el futuro de las personas participantes.

Duración/Tiempo	Tema	Método/Ejercicio
10 minutos	Presentación del programa de formación del día	
40 minutos	Sensibilización sobre los estereotipos en las prácticas cotidianas (con la ayuda del lenguaje)	N.º 14: Completa las palabras, véase «Material adicional 5»
50 minutos	Utilizar la creatividad, la imaginación y el trabajo en equipo para crear nuevos modelos de conducta	N.º 15: Nuestro futuro
10 minutos	Breve pausa	

60 minutos	Creación de un modelo de rol propio para el futuro y búsqueda de oportunidades basadas en sus intereses	N.º 16: Un día en mi vida
20 minutos	Respuesta a las preguntas abiertas, evaluación del taller y conclusión	

5.2 Unidades de formación para talleres

N.º	9
Nombre del ejercicio	¿Qué está pasando?
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Concienciación de los estereotipos aplicados por los/-as participantes - Identificar los estereotipos
Duración	60 minutos
Materiales/Recursos	<p>2-3 secuencias de vídeo de programas de televisión o películas, en función del número de participantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entre 2-3 minutos de duración - Con conversaciones entre los personajes - Que muestren estereotipos implícitos y explícitos - Las escenas deben ser (en su mayoría) desconocidas para los/-as participantes
N.º de participantes	Mín. 10 participantes
Descripción	<p>1) La persona formadora reproduce uno de los videoclips sin mostrar la escena a los/-as participantes, dejándoles sólo escuchar el audio.</p> <p>2) Los/-as participantes se dividen en grupos de un máximo de 5 personas para discutir lo que creen que ocurre en la escena, respondiendo a las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> o «¿Cuántas personas participan en la escena?» o «¿De qué trata la escena?» o «¿De qué tipo de serie de televisión o película se trata?» o «¿Quiénes son los personajes?» <p>3) Las personas participantes se reúnen de nuevo y cada grupo presenta sus conclusiones y reflexiona sobre sus respuestas en</p>

	<p>conjunto (similitudes, diferencias, pensamientos adicionales, etc.).</p> <p>4) La persona formadora muestra la secuencia de vídeo a los/-as participantes.</p> <p>5) Se comparan las expectativas con la escena real y reflexionan sobre sus diferencias y similitudes, así como sobre los estereotipos que hayan podido aplicar al escuchar la escena.</p>
Observaciones sobre la metodología	-
Otras lecturas/fuentes	<p>Ejemplos de vídeo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Pretty Woman</i> (1990) ○ <i>Birds of Prey</i> (2020) ○ <i>Las chicas Gilmore</i> (2000-05)
N.º	10
Nombre del ejercicio	La mirada masculina frente a la mirada femenina
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar los estereotipos - Diferenciar estereotipos irreales y realistas - Diferencias de perspectiva entre mujeres y hombres
Duración	45 minutos
Materiales/Recursos	<p>2 videos de películas/programas de televisión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deben ser de películas/programas de televisión relacionados - Duración de 2-3 minutos - Enfoque diferente debido al enfoque masculino/femenino (personajes principales, director/-a, etc.)
N.º de participantes	Mín. 10 participantes
Descripción	<p>1) Los/-as participantes se dividen en dos grupos. Un grupo ve el vídeo con perspectiva masculina, el otro grupo ve el vídeo con perspectiva femenina.</p> <p>2) Los grupos disponen de 20 minutos para analizar los vídeos en relación con los estereotipos y los roles de género.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ «¿Existen estereotipos en esta escena?» ○ «¿Qué tipo de estereotipos de género podemos identificar?» ○ «¿Cuál puede ser la razón para retratarlo de esta manera?»

	3) Después, presentan sus conclusiones a todo el grupo. En conjunto se reflexiona sobre las diferencias/similitudes entre ambos clips.
Observaciones sobre la metodología	Ejemplos de vídeos: <ul style="list-style-type: none"> o <i>Escuadrón Suicida</i> (2016) / <i>Birds of Prey</i> (2020) o <i>Ocean's Eleven</i> (2001) / <i>Ocean's 8</i> (2018) o <i>Step Up</i> (2006) / <i>Step Up 2: The Streets</i> (2008)
Otras lecturas/fuentes	-
N.º	11
Nombre del ejercicio	¡Juego de preguntas!
Objetivos	- Concienciación sobre la brecha de género en la producción de cine y televisión - Involucrar a las personas participantes en un ejercicio interactivo para aprender los conocimientos previos
Duración	50 minutos
Materiales/Recursos	Información contextual recopilada por la persona formadora y papel Véase la plantilla de preguntas en los «Materiales adicionales 2»
N.º de participantes	Mín. 10 participantes
Descripción	1) La persona formadora inicia un juego de preguntas sobre hechos de género en la producción de cine y televisión. Se recomienda hacer preguntas de respuesta abierta. Ejemplos de preguntas: <ul style="list-style-type: none"> o «¿Puedes nombrar 5 directores masculinos y 5 femeninos?» o «¿Esta película fue dirigida por un hombre o por una mujer?» o «¿Cuántos directores y directoras han ganado un Oscar (u otro premio específico de un país)?» o «¿Cuál es el salario medio de una actriz hombre/mujer?» 2) El/la participante/grupo con más respuestas/estimaciones correctas gana. 3) Después de la prueba, el/la formador/-a repasa cada pregunta y ayuda a las personas participantes a reflexionar sobre ella, utilizando la plantilla de los «Materiales adicionales 2»
Observaciones sobre la metodología	-
Otras lecturas/fuentes	-

N.º	12
Nombre del ejercicio	Juguemos (2 partes)
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar los estereotipos en los anuncios - Diferenciar los estereotipos irreales de los realistas - Concienciación y reconocimiento de la causa por la que se asigna un género a los juguetes
Duración	20 minutos + 40 minutos
Materiales/Recursos	Videoclips de anuncios (1-2 minutos) o carteles publicitarios
N.º de participantes	Mín. 10 participantes
Descripción	<p>Esta actividad consta de 2 partes.</p> <p>Parte I:</p> <p>1) Los participantes se dividen en grupos de máx. 5 personas. Cada grupo recibe un videoclip o un póster de un anuncio de un juguete, normalmente clasificado por género en juguetes de niño o de niña.</p> <p>2) Los grupos disponen de 20 minutos para analizar el anuncio en relación con los estereotipos y los roles de género. Deberán responder a las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> o «¿Qué ves en este anuncio? ¿Qué se anuncia?» o «¿Hay estereotipos en este anuncio?» o «¿Por qué se representa así? ¿Es una representación realista?» o «¿Puedo identificar a mi yo más joven con esto?» <p>Parte II:</p> <p>3) Los/-as participantes disponen de otros 10 minutos para pensar en los cambios y mejoras que aplicarían en los anuncios para reducir la influencia de los roles de género estereotipados.</p> <ul style="list-style-type: none"> o ¿Es necesario cambiar el anuncio o sólo hay que explicarlo cuando se muestra? <p>4) Después, los grupos presentan sus conclusiones a todas las personas participantes. El/la formador/-a les proporciona información de contexto sobre el anuncio (fecha de publicación, discriminación de género en el país en el que se publicó, etc.) y el grupo reflexiona sobre su análisis en relación con la información de contexto. Los/-as participantes hacen aportaciones y comentarios entre ellos/-as.</p>

Observaciones sobre la metodología	-
Otras lecturas/fuentes	<p>Buser T., Niederle M. Oosterbeek H. (2012): <i>Gender, Competitiveness and Career Choices</i>. National Bureau of Economic Research Working Paper Series, USA, No. w18576</p> <p>Serra P., Soler S., Camacho-Miñano M., Rey-Cao A., Vilanova A. (2019): <i>Gendered Career Choices: Paths Toward Studying a Degree in Physical Activity and Sport Science</i>. Frontiers in Psychology, Switzerland.</p>
N.º	13
Nombre del ejercicio	Reducir la discriminación de género
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizar sobre los temas recientes de discriminación de género a nivel nacional y global - Permitir a los/-as participantes informarse sobre los asuntos actuales de la discriminación de género a partir de fuentes fiables
Duración	30 minutos
Materiales/Recursos	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a Internet para todas las personas participantes (preferiblemente tablets, portátiles u ordenadores) - Plantillas para que las rellenen para el paso 2, véase «Materiales adicionales 4»
N.º de participantes	Mín. 10 participantes
Descripción	<p>1) La persona que imparte la formación presenta un movimiento reciente que influya en la discriminación de género y en la igualdad de género (por ejemplo, #MeToo) y discute con los/-as participantes cómo surgió, qué ocurrió y cuáles son los desarrollos recientes.</p> <p>2) Después, los/-as participantes se dividen en 3-4 grupos. Se les pide que investiguen los movimientos e iniciativas contra la discriminación de género. Puede tratarse de una organización, un movimiento o un proyecto especial. Puede ser una iniciativa reciente o una histórica que crean que ha tenido una gran influencia en la discriminación de género en su país/en todo el mundo.</p>

	<p>Deberán analizar sus orígenes, sus objetivos, sus métodos y sus resultados/conclusiones. Los/-as participantes pueden rellenar la plantilla que se les presenta.</p> <p>3) Las personas participantes presentan sus conclusiones a todo el grupo, introduciendo la iniciativa que han elegido y la información anterior. También deben explicar a las demás por qué han elegido esa iniciativa concreta.</p> <p>4) El resto de participantes puede hacer preguntas factuales si algo no se ha entendido bien.</p>
Observaciones sobre la metodología	-
Otras lecturas/fuentes	-

N.º	14
Nombre del ejercicio	Rellena las palabras
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizar a los/-as participantes sobre los estereotipos aplicados en su vida cotidiana - Sensibilizar sobre la discriminación de género y los roles de género en el lenguaje
Duración	40 minutos
Materiales/Recursos	Plantilla de los «Materiales adicionales 6» y bolígrafos
N.º de participantes	Mín. 3 participantes
Descripción	<p>1) Esta es una actividad individual. Se pide a los/-as participantes que rellenen los espacios en blanco de la plantilla proporcionada.</p> <p>La plantilla incluye ejemplos de textos en los que se pide a los/-as participantes que rellenen las palabras de género como él/ella y terminaciones masculinas o femeninas, concienciando sobre sus propios prejuicios hacia los roles de género.</p> <p>2) El grupo se reúne y lo lee conjuntamente, identificando las diferencias y similitudes en la forma de rellenar la plantilla.</p> <p>3) Todo el grupo reflexiona sobre sus propios estereotipos y por qué han rellenado la plantilla como lo han hecho.</p>

Observaciones sobre la metodología	<p>La persona formadora también puede crear su propia plantilla de palabras. Es esencial prestar atención al lenguaje utilizado en la plantilla, ya que algunos idiomas tienen versiones no sexistas de las palabras. Ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Inglés: <i>the teacher (m/f)</i> ○ Español: <i>el profesor (m), la profesora (f)</i>
Otras lecturas/fuentes	<p>Ehrlich S., Meyerhoff M., Holmes J. (2017): <i>The Handbook of Language, Gender and Sexuality</i>. WILEY Blackwell, USA, Second Edition.</p>

Nº	15
Nombre del ejercicio	Nuestro futuro
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar la imaginación y la creatividad para crear más individualidad - Facilitar el pensamiento crítico sobre las representaciones de género - Hacer que los/-as participantes realicen un ejercicio interactivo para cuestionar los estereotipos y explorar las representaciones de género
Duración	60 minutos
Materiales/Recursos	Papel y bolígrafos
Nº de participantes	Mín. 10 participantes
Descripción	<p>1) Este ejercicio comienza como una actividad individual. Cada participante recibe una hoja de papel y se le pide que dibuje sus aspiraciones para el futuro. La persona formadora les presenta algunas afirmaciones de entrada:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ «<i>Se me da bien... (afición, intereses, conocimientos, etc.)</i>» ○ «<i>En los próximos cinco años, quiero intentar... (actividad, ocupación, etc.)</i>» ○ «<i>En el futuro, no quiero ser nunca...</i>» <p>Tras 20 minutos, las personas participantes se reúnen para compartir sus respuestas.</p> <p>2) A continuación, se pide a los/-as participantes que compartan con el grupo la imagen que tienen de sí mismos/-as.</p> <p>3) Si algo no se entiende bien o no está claro, los/-as participantes pueden hacer preguntas concretas a sus compañeros/-as, después de cada presentación.</p>

Observaciones sobre la metodología	Las personas participantes pueden escribir sus aspiraciones y deseos para el futuro o también dibujar una imagen de sí mismas en el futuro. Depende de ellas cómo se representen en el papel.
Otras lecturas/fuentes	-
N.º	16
Nombre del ejercicio	Un día en mi vida
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Aumentar la confianza de las personas participantes en sí mismas y facilitar una perspectiva de futuro más segura - Permitirles reflexionar sobre sus deseos, anhelos y preocupaciones para el futuro. - Motivarles para que piensen en su futuro en un ambiente seguro y abierto
Duración	40 minutos
Materiales/Recursos	Bolígrafos y papel
N.º de participantes	Mín. 5 participantes
Descripción	<p>1) Se trata de una actividad individual. Se pide a los/-as participantes que piensen en un día de su vida dentro de 20 años y que dibujen o cuenten ese día de su vida en un papel.</p> <p>2) Después de 15-20 minutos, las personas participantes narrarán un día de su vida dentro de 20 años.</p> <ul style="list-style-type: none"> o <i>Situación de vida</i> o <i>Vida privada</i> o <i>Ocupación</i> o <i>Aficiones/intereses especiales</i> o <i>Otros detalles que quieran mencionar</i> <p>3) Las demás personas participantes o el/la formador/-a pueden hacer preguntas si algo no se ha entendido bien.</p>
Observaciones sobre la metodología	<p>Si se realiza en línea, las personas participantes también pueden tomar notas por sí mismas o el/la formador/-a puede crear una plantilla para ellas.</p> <p>Es esencial garantizarles un ambiente seguro y abierto y no incluir ningún juicio o prejuicio en las preguntas y reacciones a las presentaciones de cada participante.</p>
Otras lecturas/fuentes	-

6. MATERIALES ADICIONALES

6.1 Material adicional 1 – Aportación teórica sobre los estereotipos, sus orígenes y consecuencias



ANTECEDENTES TEÓRICOS E INFORMACIÓN SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LOS ROLES DE GÉNERO

Los estereotipos son "una idea preconcebida que las personas tienen sobre cómo es alguien o algo, sin tener siempre pruebas o hechos de que esta idea establecida se aplique realmente".

Esto demuestra que los estereotipos pueden ser positivos y negativos. El problema fundamental no son los estereotipos en sí (ya que ayudan a desenvolvernó en la sociedad y en la vida), sino que los estereotipos se conviertan en un problema cuando basamos nuestras decisiones únicamente en ellos y no tenemos en cuenta las posibles consecuencias.

Diferenciación de los estereotipos



	Estereotipos explícitos	Estereotipos implícitos
Definición	Estereotipos que son conocidos en la sociedad y que las personas tienden a admitir y discutir,	Estereotipos que influyen inconscientemente en nuestro comportamiento y de los que no solemos ser conscientes.
Ejemplo	Las niñas prefieren jugar con las muñecas.	Las niñas son encomendadas para trabajos de enfermería y cuidados, y son puestas en duda y juzgadas en ocupaciones técnicas.
Posible consecuencia	Las niñas reciben muñecas y no reciben complicados juegos de la construcción (por ejemplo, los juegos de construcción para niñas suelen ser más fáciles y constan de menos piezas). A partir de esta facilitación temprana, las niñas desarrollan más competencias y confianza en áreas similares a las de sus juguetes.	Las chicas confían menos en sí mismas para emprender carreras específicas y se les anima a ejercer determinados tipos de ocupaciones. Pueden ser incluso discriminadas y estar en desventaja al trabajar en áreas específicas.



¿POR QUÉ UTILIZAMOS LOS ESTEREOTIPOS?



- Roles históricos y expectativas de género
- Prejuicios
- Miedo a lo desconocido y a las personas que son diferentes a uno/-a mismo/-a
- Expectativas idealistas a pesar de ser irreales

- Adentrarse en el mundo de una persona
- Intentar «encajar» y encontrar su propio lugar en la sociedad
- Miedo a ser excluido/-a de su círculo de amistad y familiar por ser «diferente» porque alguien no se ajusta a las expectativas conocidas (estereotipos)

¿DE DÓNDE VIENEN LOS ESTEREOTIPOS?



¿CUÁLES SON LOS POSIBLES EFECTOS DE LOS ESTEREOTIPOS?

Estereotipos propios

Juzgarse a sí mismo/-a en función de los estereotipos en los que creen tanto a una persona como los demás. Esto puede dar lugar a la pérdida de confianza en uno/-a mismo/-a por no encajar en el ideal masculino/femenino a pesar de que el ideal no sea realista.

Discriminación y violencia

Volverse una persona violenta y mostrar un comportamiento discriminatorio frente a grupos diferentes a uno/-a mismo/-a y a diferentes culturas porque los estereotipos negativos se convirtieron en creencias, a pesar de no estar basados en hechos y en la verdad.

Discriminación y exclusión

Exclusión de las personas jóvenes entre sus compañeros/-as debido a que no se ajustan a los estereotipos de género negativos presentados en la televisión, el cine y los medios de comunicación.

Estereotipos autocumplidos

Cuando se espera que una persona o un grupo actúe de una manera específica (a la que normalmente se ajusta), pero que, debido a esta expectativa, termina comportándose de esa manera para encajar con el estereotipo predominante.

¿POR QUÉ COMPARTIMOS ESTEREOTIPOS?

Entorno común

Estar en el mismo entorno da lugar a un estereotipo compartido, ya que se experimentan los mismos problemas, situaciones y aportaciones. Por lo tanto, las personas empiezan a percibir y reaccionar de la misma manera, y comienzan a compartir estereotipos mutuos.



Socialización

Otra opción es la socialización y la educación de las personas. Algunas personas expertas sostienen que, durante la infancia y la adolescencia, una persona es más propensa a la adopción de estereotipos en comparación con la etapa adulta, pues está empezando a adentrarse en la sociedad para encontrarse a sí misma. Busca modelos de conducta y aún está construyendo su identidad.



Relaciones intergrupales

Esta explicación sostiene que los estereotipos se derivan de las interacciones sociales entre grupos. Estos grupos pueden definirse a través de una similitud común, por ejemplo, la edad, el origen cultural, las habilidades, los intereses, etc. Cuando un grupo de este tipo se encuentra con otro grupo de personas diferentes, se crean ciertas expectativas mutuas.



Ejemplo: si un grupo de adolescentes (de entre 10 y 14 años) se encuentra con un grupo de personas mayores (de entre 70 y 80 años), ambos tendrán expectativas específicas sobre cómo el otro grupo actuará y reaccionará ante la situación. Los/-as mayores pueden esperar que las personas adolescentes sean ruidosas y enérgicas, aunque nunca las hayan conocido. Por lo tanto, los miembros del grupo comparten estereotipos comunes debido a sus expectativas compartidas de comportamiento hacia el otro grupo.

Presión de grupo

Este proceso sostiene que los estereotipos se comparten entre un grupo de personas debido a que la mayoría o los/-as líderes del grupo comparten las mismas opiniones e influencias. Si un/-a líder de un grupo o más de la mitad del grupo cree que las mujeres deben quedarse en casa y cocinar para sus maridos, las demás personas estarán de acuerdo con este estereotipo debido a la presión de grupo, incluso si no es su opinión inicial. Además, no adaptarse a los estereotipos comunes puede llevar a la exclusión o a la discriminación, obligando a los/-as miembros del grupo con opiniones diferentes a cambiar su punto de vista.



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea



El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.



6.2 Material adicional 2 – Plantilla para la actividad n.º 11: ¡Juego de preguntas!



MODELO DE PREGUNTAS PARA LA ACTIVIDAD N.º 11: ¡JUEGO DE PREGUNTAS!

01

PREGUNTA

¿Cuál fue el porcentaje de directores y directoras de cine en Hollywood en 2019?

RESPUESTA

En 2019, fueron registradas en Hollywood solo un 10,6% de directoras, mientras que el 89,4% fueron directores. A pesar de ser el dato más alto de directoras en la última década, las estadísticas han demostrado que ese índice nunca garantiza el crecimiento a largo plazo. En la última década, ha habido constantes altibajos en la proporción entre directores y directoras.

REFLEXIÓN

Ha habido un cambio en los últimos años con algunas de las películas más taquilleras dirigidas por directoras, con la presencia de películas como Capitana Marvel y Frozen II, dirigidas por un dúo de directores y directoras. Pero como directoras individuales, las mujeres están muy infrarrepresentadas. También se ha informado de que las mujeres tienen menos oportunidades de dirigir una película, puesto que muchas producciones acaban eligiendo a directores masculinos. Esto puede atribuirse a factores como la experiencia y el éxito previo, pero puede llegar a ser un círculo vicioso de exclusión en el que las mujeres no pueden tener éxito por estar excluidas de la industria.

En general, muchas producciones cuentan con más personal masculino que femenino y, de manera frecuente, con hombres en funciones más destacadas:

·Áreas masculinizadas: producción (74%), dirección (88%), guion (87%), composición musical (96%), dirección de fotografía (93%), edición (80%), dirección de sonido (93%) y efectos especiales (99%)

·Áreas feminizadas: vestuario (86%) y maquillaje y peluquería (72%)

En tu opinión, ¿por qué se contrata a menos mujeres que hombres para dirigir películas? ¿Qué crees que se podría hacer para crear una situación más igualitaria para ambos géneros?

FUENTES

- <https://takeitpersonally.com/2020/04/15/a-step-in-gender-equality-women-in-streaming-services/>
- <https://www.nytimes.com/2020/01/02/movies/women-directors-hollywood.html>
- <https://www.bbc.com/culture/article/20191129-why-arent-there-more-women-film-directors>
- <https://www.harpersbazaar.com/uk/culture/entertainment/a21264167/why-there-are-so-few-female-directors-working-in-hollywood/>
- <https://time.com/5763937/oscars-2020-female-directors-shut-out/>
- <https://cimamujerescineastas.es/informe-cima-2017-las-mujeres-representan-solo-un-24-del-cine/>


02
PREGUNTA

De los 10 actores y actrices mejor pagados/-as en 2020, ¿cuántos son hombres y cuántas son mujeres?

RESPUESTA

De los actores y las actrices mejor pagados/-as del mundo en 2020, solo hay una mujer, Sofía Vergara, considerada como la novena actriz mejor pagada del mundo.

Además, hay una clara diferencia salarial entre los actores y las actrices mejor pagados/-as: el actor mejor pagado en 2019, Dwayne Johnson, ganó alrededor de 89 millones de dólares al participar en 4 películas y actuar como presentador en un programa de televisión. La actriz mejor pagada en 2019, Scarlett Johansson, recibió unos 56 millones de dólares por protagonizar 3 películas, siendo una de ellas Los Vengadores: Endgame.

REFLEXIÓN

Las mujeres ganan alrededor del 38% de lo que ganan los hombres en la industria cinematográfica. ¿Por qué crees que las mujeres ganan menos que los hombres? ¿Qué aspectos objetivos podrían influir en su salario? Experiencia de actuación, premios ganados, número y tipo de escenas, éxitos de películas previas, etc.

Un ejemplo reciente y extremo fue la película Todo el dinero del mundo de 2017. Debido a las denuncias de acoso sexual interpuestas a uno de los actores principales, Kevin Spacey, la película tuvo que dar el papel a otra persona y volver a rodar 22 escenas solo un mes antes de su estreno con sus otros actores principales, Mark Wahlberg y Michelle Williams. Más tarde salió a la luz que Mark Wahlberg recibió alrededor de 1,5 millones de dólares por volver a grabar, mientras que Michelle Williams recibió solo 1.000 dólares. Tras el revuelo en la industria de Hollywood y la reacción del público, Mark Wahlberg donó sus ganancias completas, así como los fondos adicionales de su agencia, al movimiento Time's Up, un fondo de defensa legal para mujeres que han sufrido acoso sexual en su lugar de trabajo.

¿Qué piensas de este suceso? ¿Qué crees que habría pasado si la diferencia salarial no se hubiera hecho pública? ¿Crees que este fue un único ejemplo o podría haber otras situaciones en las que la diferencia de salario es tan extrema? ¿Crees que los actores también deberían defender a sus coprotagonistas femeninas o es solo un tema centrado en la mujer?

FUENTES

- <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-49419053>
- <https://www.insider.com/hollywood-gender-pay-gap-examples-actresses-paid-less-than-actors-2019-4>
- <https://www.insider.com/mark-wahlberg-donating-all-the-money-in-the-world-reshoot-money-times-up-2018-1>
- <https://theconversation.com/exploring-the-data-on-hollywoods-gender-pay-gap-127414>
- <https://www.hollywoodreporter.com/news/hollywood-salaries-revealed-movie-stars-737321>
- <https://www.theguardian.com/world/2019/sep/15/hollywoods-gender-pay-gap-revealed-male-stars-earn-1m-more-per-film-than-women>

03
PREGUNTA

En porcentaje, ¿cuántos programas tienen protagonistas exclusivamente femeninas o masculinos?

RESPUESTA

En 2019-2020, los programas tuvieron una proporción del 29% de protagonistas femeninas individuales, 37% de protagonistas masculinos y 33% de reparto conjunto. Esto incluye los servicios de streaming (programas que se estrenan en Amazon, Netflix, etc.), así como los de transmisión tradicional por cable y red de difusión (programas que se estrenan en la televisión). Solo con los servicios de streaming, el índice de protagonistas masculinos y protagonistas femeninas es el mismo con un 42% cada uno y un 16% el elenco.

Según un estudio, Hulu y Netflix tienen la mayor representación de mujeres con roles principales (delante y detrás de las cámaras) con un 65-70% con respecto a Amazon Prime, en tercer lugar, con un 45% de contenido liderado por mujeres.

REFLEXIÓN

¿Por qué los servicios de streaming cuentan con un reparto más diverso que los canales de televisión? No es solo la representación masculina-femenina la que aparece más en los servicios de streaming, sino que también se ha informado de que los servicios de streaming presentan más diversidad en el reparto (hombres/mujeres, blancos/negros/hispanos/etc.) y en los equipos de producción (directores, editores, escritores, etc.). Sin embargo, esto no significa necesariamente que la situación sea igual. A menudo, los sueldos difieren o las representaciones de hombres y mujeres siguen estando llenas de estereotipos que dan lugar a efectos negativos y facilitan aún más los papeles de estereotipos de los géneros.

Por supuesto, muchas series y películas se basan en libros u otros materiales como los cómics. Mientras esos materiales de base tengan más protagonistas masculinos que femeninos, la proporción entre ellos no cambiará pronto. Según un estudio, de los casi 200 libros de ficción más vendidos, más del 64% de las novelas presentaban un único protagonista masculino con respecto al 25% con protagonistas femeninas individuales. El estudio también revela que los libros con hombres como protagonistas vendieron aproximadamente 10 millones de copias más que los libros con protagonistas femeninas. Por el contrario, los estudios han demostrado que entre 2014 y 2017, las películas con protagonistas femeninas han tenido más éxito e ingresos que las películas con protagonistas masculinos.

¿Crees que debería haber más películas y espectáculos dirigidos por mujeres? ¿O crees que la «calidad» de la representación tiene que cambiar?

FUENTES

- <https://www.supersummary.com/strong-man-beautiful-woman/>
- <https://bookriot.com/male-leads-in-fiction/>
- <https://womenandhollywood.com/resources/statistics/2018-statistics/>
- <https://www.forbes.com/sites/kimelsesser/2020/09/11/streaming-services-lead-the-way-for-women-in-tv/?sh=6f258d2a43e4>
- <https://www.forbes.com/sites/kimelsesser/2020/09/11/streaming-services-lead-the-way-for-women-in-tv/?sh=6f258d2a43e4>
- <https://takeitpersonally.com/2020/04/15/a-step-in-gender-equality-women-in-streaming-services/>
- <https://www.bbc.com/news/business-46539473>

04

PREGUNTA

¿Cuántas mujeres representaron papeles de esposa o madre (roles de la vida personal) y cuántos hombres fueron representados con sus profesiones?

RESPUESTA

El 52% de los personajes femeninos, en comparación con el 38% de los hombres, fue representado principalmente como madres/esposas. El 56% de los hombres, en comparación con el 42% de las mujeres, estuvo representado con sus profesiones.

REFLEXIÓN

¿Por qué es más probable que las mujeres sean representadas a través de su vida personal en comparación con los hombres y su ocupación laboral?

Excluyendo las películas históricas en las que podría haber prevalecido un retrato aún más drástico de «madre y esposa» de las mujeres que hoy en día, las mujeres son a menudo representadas como esposas y madres o como símbolos sexuales en las películas y programas de televisión de la actualidad. Muchas personas argumentan que el problema de estas representaciones radica en el reparto de los directores, productores y escritores, siendo la mayoría de estas posiciones cubiertas por hombres. Además, en comparación con la paternidad, la maternidad es un tema mucho más representado en la televisión y el cine. A menudo, se demuestra que los padres «sufren» debido al divorcio o a la viudez, o son incapaces de cuidar de manera adecuada de su hijo/-a, mientras que las madres a menudo se muestran fuertes y confiadas, aunque todavía emocionales.

¿Qué consecuencias crees que se derivan de este tipo de representaciones? ¿Crees que estas representaciones son realistas?

FUENTES

- <https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/wp-content/uploads/sites/153/2019/12/03-Kunsey.pdf>
- <https://theconversation.com/changing-the-portrayal-of-women-in-film-means-getting-more-women-behind-the-lens-60021>
- <https://www.vervemagazine.in/arts-and-culture/bending-the-gender-the-portrayal-of-women-in-films>
- <http://decentfilms.com/articles/fatherhood>

05

PREGUNTA

Han pasado más de 100 años desde la primera aparición de una mujer desnuda (Annette Kellermann) en una película de Hollywood. En la industria del cine, es evidente que hay más representaciones de desnudos femeninos que masculinos. ¿Cuál crees que es el porcentaje de desnudos masculinos y femeninos?

RESPUESTA

Por cada actor desnudo hay tres actrices desnudas.

REFLEXIÓN

¿Por qué hay tanta diferencia en la representación de escenas de desnudos? ¿Cómo crees que movimientos como #MeToo influenciaron las representaciones de desnudos?

Algunas actrices, como Keira Knightley, tienen una cláusula en su contrato contra las escenas de desnudos. Desde el movimiento #MeToo, y antes de que comenzara (aunque de forma escasa), en los escenarios de cine y televisión se contrata a personas coordinadoras para supervisar las escenas íntimas cuyo objetivo es hacer que los actores y las actrices se sientan seguros/-as y garantizar un trato respetuoso. ¿Crees que esto es un cambio positivo? ¿Qué efectos y consecuencias puedes ver al contratar a dicha persona coordinadora?

Un asunto pendiente: los/-as coordinadores/-as de la intimidad tienen una gran demanda desde el movimiento #MeToo, pero no hay suficientes personas con experiencia para todas las escenas íntimas en películas y espectáculos. Estas personas son responsables de escenas íntimas donde incluyen abrazos, dar la mano, besos, así como escenas de sexo. ¿Crees que deberían ser contratadas para todas esas escenas o crees que es más apropiado contratarlas solamente para escenas de sexo?

«Un beso dice mucho y, muy a menudo, se dice "bueno, es solo un beso". En realidad, tienes que tener mucho cuidado y, bueno, la ironía es que en realidad cuando coreografías una escena de simulación de sexo, en realidad se finge todo, no hay realmente relaciones sexuales. Mientras que, cuando dos personas se besan, en realidad sí que se están besando y, por eso, es aún más importante que esté estructurado (...)» - Ita O'Brien, coordinadora de intimidad de la BBC.

FUENTES

- <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-55795237?xtor=AL-72-%5Bpartner%5D-%5Binforadio%5D-%5Bheadline%5D-%5Bnews%5D-%5Bbizdev%5D-%5Bisapi%5D>
- <https://www.bbc.com/news/av/entertainment-arts-48401926>
- <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/nov/27/sex-scene-metoo-fim-industry-nudity>

06
PREGUNTA

Es un tema muy debatido en los últimos años: la «masculinidad tóxica». Pero, ¿qué significa realmente «masculinidad tóxica» y a qué se refiere?

RESPUESTA

La masculinidad tóxica se define como una imagen específica de los hombres y los niños: reprimir sus emociones, fingir ser duros y rechazar cualquier tipo de amabilidad en su imagen, así como utilizar la violencia (física y psicológica) para mostrar poder. Es una imagen de lo que deben ser los hombres y los niños, lo que obliga a muchos de ellos a comportarse de acuerdo con esta representación, aunque no sea realista ni necesario comportarse así.

REFLEXIÓN

¿Cuál es tu definición de masculinidad tóxica? ¿Crees que la representación de la masculinidad tóxica en el cine ha influido de alguna manera en ti o en tu entorno? ¿Conoces algún ejemplo de película que represente a este tipo de hombres?

La masculinidad tóxica es un concepto de masculinidad que existe desde hace décadas. Tiene muchos otros nombres y términos para referirse a ella, por ejemplo, «macho», «machismo» y «los hombres son así», entre otros. También puede denominarse «ideología de la masculinidad tradicional».

En 2018-2019, reforzado también por el movimiento «#MeToo», el término se ha utilizado con más frecuencia en debates y discusiones, y muchas organizaciones de todo el mundo ha comenzado a explorar y estudiar oficialmente la influencia de la masculinidad tóxica en los hombres jóvenes. Las autoridades oficiales han empezado a considerar el contenido de la masculinidad tóxica como peligroso para el desarrollo de los adolescentes y niños.

FUENTES

- <https://www.indiewire.com/2019/11/toxic-masculinity-at-the-movies-joker-irishman-oscars-1202187285/>
- <https://manenough.com/man-enough-movies-10-modern-films-accurately-addressing-toxic-masculinity/>
- https://www.collectiveshout.org/sexualisation_of_men_in_film_is_on_the_rise
- <https://www.nytimes.com/2019/01/22/us/toxic-masculinity.html>
- <https://www.nytimes.com/2019/01/10/science/apa-traditional-masculinity-harmful.html>

REFERENCIAS GENERALES

(Todas las fuentes fueron consultadas en febrero de 2021)

- <https://www.statista.com/statistics/289693/share-of-female-directors-in-hollywood/#:~:text=In%202019%2C%2010.6%20percent%20of,reported%20in%20the%20previous%20year>
- <https://womenandhollywood.com/resources/statistics/>
- https://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2020/09/2019-2020_Boxed_In_Report.pdf
- <https://www.cnn.com/2018/01/11/heres-how-much-more-actors-earn-than-actresses.html>

Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea



El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.

6.3 Material adicional 3 – Plantilla para la actividad n.º 13: Reducir la discriminación por género

Reducir la discriminación por razón de género



Nombre del proyecto/movimiento	Comienzo del proyecto/movimiento
Objetivos	
Financiación/apoyo de instituciones/empresas/gobierno	
Actividades	
Impacto (a corto y largo plazo)	

Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea



El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.

6.4 Material adicional 4 – Plantilla para la actividad n.º 7: Aprender, compartir y escuchar

Aprender, compartir y escuchar



Guía del proyecto Shanarani Youth-Led, Actividad N.º 7

Un estereotipo de género en mi país/cultura es...

Debido a este estereotipo, muchas mujeres/muchos hombres se comportan de este modo...

Debido a este comportamiento, sufren estas consecuencias...

Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea



El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.



Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.

6.5 Material adicional 5 – Plantilla para la actividad n.º 14: Rellena las palabras



Materiales adicionales 6

PLANTILLA DE TEXTO PARA LA ACTIVIDAD N.º 14

RELLENA LAS PALABRAS

Se pide a las personas participantes que rodeen con un círculo la forma masculina o femenina.

(Él/ella) se levantó temprano y se dispuso a hacer el desayuno para toda la familia. **(Él/ella)** preparó tostadas con mantequilla y cereales. Cuando terminaron de desayunar, **(él/ella)** recogió la mesa y se preparó para comenzar el día. **(Él/ella)** es enfermer(-o/-a) y su **(marido/mujer)** es médic(-o/-a) en el hospital de la ciudad. **(Él/ella)** cogió las llaves del coche y se puso al volante, y **(él/ella)** se puso de copiloto para llevar a sus hijos al colegio. Acto seguido, se fueron juntos al trabajo.

El hospital se encuentra en pleno centro de la ciudad. Nada más entrar al trabajo, comenzaron su turno. **(Él/ella)** se despidió de sus compañer(-os/-as) enfermer(-os/-as) y **(él/ella)** de su compañer(-o/-a) médic(-o/-a) del turno de noche. **(Él/ella)** decidió empezar la ronda de habitaciones para comprobar el estado de los pacientes. Ambos entraron en una habitación y observaron la tabla. Se volvió hacia **(él/ella)** y le indicó que pusiera esa habitación en prioridad durante todo su turno. **(Él/ella)** asintió con la cabeza y lo apuntó en su libreta.

Fuera del hospital, había una zona en obras donde se estaba construyendo una nueva ala para ampliar el hospital. En una esquina, se podía observar al equipo de construcción atendiendo a una persona: **(el/la)** jef(-e/-a) de obras. **(Él/ella)** estaba dando las directrices del día a **(los/-as)** albañiles para continuar la construcción. Más tarde, se reunió con **(el/la)** electricista y le preguntó si era posible que los cables funcionasen ese mismo día. **(Él/ella)** le contestó que sí y le dijo que después de eso podía llamar a un(-a) fontaner(-o/-a) para comenzar con las tuberías.

Al mediodía, un(-a) trabajador(-a) salió a la zona en obras con bocadillos y bebidas. **(Él/ella)** habló con un(-a) albañil para saber cómo iban y dijo en voz alta: "Vosotr(-os/-as) tened cuidado y no hagáis nada peligroso".

En la escuela, los hijos estaban jugando en el recreo. Cuando sonó la campana, fueron a la clase de inglés donde estaba **(el/la)** profesor(-a) sentada en su mesa hablando con **(un padre/una madre)**. Recién acabada la tutoría, **(el padre/la madre)** se despidió y dio comienzo la clase.



7. LISTADO DE REFERENCIAS

- Cambridge Dictionary (n.d.), accessed 23.02.2021,
<<https://dictionary.cambridge.org/de/worterbuch/englisch/stereotype>>
- Huimin Xu, Zhang Zhang, Lingfei Wu, Cheng-Jun Wang (2019): *The Cinderella Complex: Word embeddings reveal gender stereotypes in movies and books*, accessed 23.02.2021,
<<https://journals.plos.org/plosone/article?doi=10.1371/journal.pone.0225385>>
- European Commission (2007): *Public Opinion Information on Europe on television*, accessed 23.02.2021,
<<https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/QUALITATIVE/surveyKy/346>>
- The New York Times (2019): *You Are What You Watch? The Social Effects of TV*, accessed 23.02.2021, <<https://www.nytimes.com/2019/07/25/upshot/social-effects-television.html>>
- Statista (2020): *Global box office revenue of the most successful movies of all time as of November 2020*, accessed 23.02.2021, <<https://www.statista.com/statistics/262926/box-office-revenue-of-the-most-successful-movies-of-all-time/>>
- Motion Picture Association Europe, Middle East & Africa (2019): *2018 Theatrical Home Entertainment Market Environment (THEME) Report*, accessed 23.02.2021,
<<https://www.mpa-emea.org/research-docs/2018-theatrical-home-entertainment-market-environment-theme-report/>>
- Creativity Works (2017): *Key Findings of the European Commission's Eurobarometer 2015 on Cross-border Access to Online Content*, accessed 23.02.2021,
<<https://www.creativityworks.eu/publication/key-findings-of-the-european-commissions-eurobarometer-2015-on-cross-border-access-to-online-content/>>
- Motion Picture Asociacion (2020): *2019 Theatrical Home Entertainment Market Environment (THEME) Report*, accessed 23.02.2021, <<https://www.motionpictures.org/research-docs/2019-theme-report/>>
- Business of Apps (2021): *Netflix Revenue and Usage Statistics (2021)*, accessed 23.02.2021,
<<https://www.businessofapps.com/data/netflix-statistics/>>
- Susan L. Bryant (n.d.): *The Beauty Ideal: The Effects of European Standards of Beauty on Black Women*, accessed 23.02.2021,
<<https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8BV7T44/download>>
- Statista (2020): *Age distribution of cinema admissions in the United Kingdom (UK) from 2003 to 2018*, accessed 23.02.2021, <<https://www.statista.com/statistics/239169/age-distribution-of-cinema-goers-in-the-uk/>>

- European Union (2019): *The place of women in European film productions – Fighting the celluloid ceiling*, accessed 23.02.2021, <[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633145/EPRS_BRI\(2019\)633145_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633145/EPRS_BRI(2019)633145_EN.pdf)>
- Campus, Laura Flaherty (2014): *Do you know the difference between transexual, transgender and transvestite?*, accessed 23.02.2021, <<https://campus.ie/college-life/student-issues/do-you-know-the-difference-between-transexual-transgender-and-transvestite/>>
- National Center for Transgender Equality (2018): *Understanding Non-Binary People: How to be Respectful and Supportive*, accessed 23.02.2021, <<https://transequality.org/issues/resources/understanding-non-binary-people-how-to-be-respectful-and-supportive>>
- Davidson Skylar (2016): *Gender inequality: Nonbinary transgender people in the workplace*, accessed 23.02.2021, <<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311886.2016.1236511>>
- Rimes, Goodship, Ussher et al. (2017): *Non-binary and binary transgender youth: Comparison of mental health, self-harm, suicidality, substance use and victimization experiences*, accessed 23.02.2021, <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15532739.2017.1370627>>
- Lauzen Martha M. (2020): *Boxed In 2019-20: Women On Screen and Behind the Scenes in Television*, accessed 23.02.2021, <https://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2020/09/2019-2020_Boxed_In_Report.pdf>
- Instituto Nazionale di Statistica (2019): *Differenziali Retributivi in Italia*, accessed 23.02.2021, <<https://www.istat.it/it/files/2019/12/Differenziali-retributivi-in-Italia.pdf>>
- Eurostat (2020): *Gender pay gap statistics*, accessed 23.02.2021, <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Gender_pay_gap_statistics>
- World Economic Forum (2020): *Global Gender Gap Report 2020*, accessed 23.02.2021, <http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf>
- Instituto Nazionale di Statistica (2015): *Come Cambia La Vita Delle Donne*, accessed 23.02.2021, <<https://www.istat.it/it/files/2015/12/come-cambia-la-vita-delle-donne.pdf?title=Come+cambia+la+vita+delle+donne+-+22%2Fdic%2F2015+-+Volume+%28pdf%29.pdf>>
- Organisation for Economic Co-operation – OECD (2012): *Closing the Gender Gap – Act Now*, accessed 23.02.2021, <<http://www.oecd.org/gender/closingthegap.htm>>
- Instituto Nazionale di Statistica (2020): *Livelli di Istruzione e Ritorni Occupazionali*, accessed 23.02.2021, <<https://www.istat.it/it/files/2020/07/Livelli-di-istruzione-e-ritorni-occupazionali.pdf>>

Council of the European Union (2017): *2017 Report on equality between women and men in the EU*, accessed 23.02.2021, <<https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-7179-2017-INIT/en/pdf>>

Lifestyle Società & Diritti (2020): *Gender Pay Gap, la disuguaglianza di genere in busta paga aumenta con il Covid*, accessed 23.02.2021, <https://www.ansa.it/canale_lifestyle/notizie/societa_diritti/2020/11/23/gender-pay-gap-la-disuguaglianza-di-genere-in-busta-paga-aumenta-con-il-covid_1d2a45d7-c0af-419b-beae-80f499b2b04d.html>

Istituto Nazionale di Statistica (2020): *La vita delle donne e degli uomini in Europa - un ritratto statistico*, accessed 23.02.2021, <<https://www.istat.it/donne-uomini/bloc-2.html?lang=it>>

European Institute for Gender Equality (2020): *Gender Statistics Database*, accessed 23.02.2021, <https://eige.europa.eu/gender-statistics/dgs/indicator/wmidm_bus_bus_wmid_comp_compbm>

Istituto Nazionale di Statistica (2017): *Indagine conoscitiva sulle politiche in materia di parità tra donne e uomini*, accessed 23.02.2021, <https://www.istat.it/it/files/2017/10/A-Audizione-parit%C3%A0-di-genere-25-ottobre_definitivo.pdf>

HotNews.ro (2018): *Infografic În România, femeile merg mai mult la facultate decât bărbații. Care este situația în UE*, accessed 24.02.2021, <<https://www.hotnews.ro/stiri-educatie-22768273-infografic-rom-nia-femeile-merg-mai-mult-facultate-dec-rba-care-este-situa.htm>>

European Commission (2018): *Decalajul salarial între femei și bărbați în România, cel mai redus nivel din UE*, accessed 24.02.2021, <https://ec.europa.eu/romania/news/20181026_raport_decalaj_salarial_femei_barbati_romania_ue_ro>

European Union – European Social Fund (2007): *LEGE nr. 202 din 19 aprilie 2002*, accessed 24.02.2021, <<http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/79037>>

Economica (2016): *Femeile manager au cucerit industriile de resurse umane, financiar și administrație din România*, accessed 24.02.2021, <https://www.economica.net/femeile-manager-au-cucerit-industiile-de-resurse-umane-financiar-si-administratie-din-romania_129912.html>

European Institute for Gender Equality (2020): *Gender Equality Index*, accessed 24.02.2021, <<https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2020>>

Legislation.gov.uk (2010): *Equality Act 2010*, accessed 24.02.2021, <<https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2010/15/contents>>

Office for National Statistics (2020): *Employee earnings in the UK Statistical bulletins*, accessed 24.02.2021,

<<https://www.ons.gov.uk/employmentandlabourmarket/peopleinwork/earningsandworkinghours/bulletins/annualsurveyofhoursandearnings/previousReleases>>

HM Treasury (2019): *The Alison Rose Review of Female Entrepreneurship*, accessed

24.02.2021, <<https://www.gov.uk/government/publications/the-alison-rose-review-of-female-entrepreneurship>>

Office for National Statistics (2019): *Families and households in the UK: 2019*, accessed 24.02.2021,

<<https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/birthsdeathsandmarriages/families/bulletins/familiesandhouseholds/2019>>

Statista (2020): *Proportion of GCSE entries awarded a C/4 or higher in the United Kingdom between 2000 and 2020, by gender*, accessed 24.02.2021,

<<https://www.statista.com/statistics/282484/gcse-pass-rate-in-uk-by-gender/>>

GenderTrust (2018): *Gender Inequality in the British Education System*, accessed 24.02.2021,

<<http://www.gendertrust.org.uk/gender-inequality-in-the-british-education-system/>>

Department of Education (2017): *Schools: statutory guidance*, accessed 24.02.2021,

<<https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-education>>

Directors UK (2016): *CUT OUT OF THE PICTURE A study of gender inequality amongst film directors in the UK film industry*, accessed 24.02.2021, <<https://stephenfollows.com/wp-content/uploads/2016/05/Cut-Out-of-The-Picture-Report.pdf>>

European Commission (2017): *The gender pay gap in Spain*, accessed 24.02.2021,

<http://ec.europa.eu/newsroom/just/document.cfm?doc_id=48069>

CIMA (2019): *La representatividad de las mujeres en el sector cinematográfico del largometraje español 2019*, accessed 24.02.2021, <https://cimamujerescineastas.es/wp-content/uploads/2020/11/INFORME_ANUAL_CIMA_2019.pdf>

Ministry of Interior – General Secretariat for Gender Equality (2019): *E-bulletin no. 19*

Women’s Unemployment, accessed 04.03.2021, <https://www.isotita.gr/wp-content/uploads/2019/04/Observatory-19th-e-bulletin-Womens-Unemployment.pdf>

Ministry of Interior – General Secretariat for Gender Equality (2019): *E-Bulleting no. 21 The gender aspect of the results of Municipal, Regional and European Elections in Greece 2019*,

accessed 04.03.2021, <<https://www.isotita.gr/wp-content/uploads/2019/10/Observatory-21st-e-bulletin-The-gender-aspect-of-the-results-of-the-Municipal-Regional-and-European-Elections-in-Greece-in-2019.pdf>>

Organisation for Economic Co-operation – OECD (2020), *Education GPS*, accessed 04.03.2021,
<<http://gpseducation.oecd.org>>