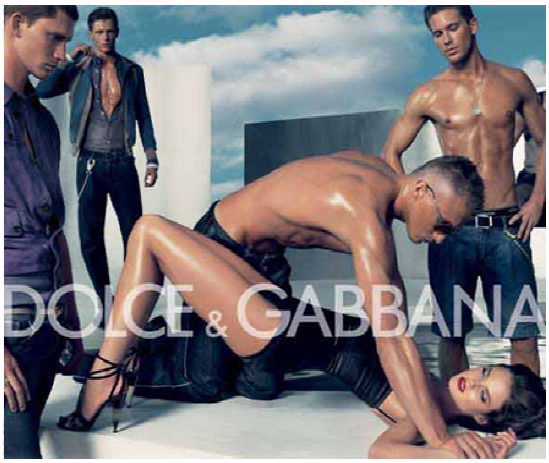
ENTS

Modelo de Intervención Social para Estudiantes Universitarios de Diseño. "Relaciones Equitativas de Género entre Estudiantes Universitarios de Diseño y el público al cual dirigen sus mensajes"



PRESENTA:

ALMA MARTÍNEZ CRUZ

ESPECIALIZACIÓN EN MODELOS DE INTERVENCIÓN CON MUJERES.

PROFESORAS:

MTRA. MARIA LUISA BRAIN CALDERÓN

MTRA. ADRIANA ORNELAS BERNAL

ÍNDICE.

DIAGNÓSTICO SOCIAL. …….. 2

CONCLUSIÓN DIAGNÓSTICA. …….. 8

SITUACIÓN PROBLEMA. ……..……....9

CONSTRUCCIÓN CONCEPTUAL DEL CAMBIO. …… ..……...……10

OBJETIVOS GENERALES……...……11

ESTRUCTURA METODOLÓGICA. ……..……11

DIAGNÓSTICO……...……..11
RE-CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA……...…. 12
RE-SIGNIFICACIÓN DE LAS RELACIONES SOCIALES……..…..… 18
RE-CREACIÓN DE ESPACIOS SOCIALES…….…….. 27
EVALUACIÓN……..…. 32

FUENTES DE CONSULTA. …….. 33

ANEXOS. ……..35

GLOSARIO DE TÉRMINOS. ……...……..…. 40

DIAGNÓSTICO SOCIAL

Vincular la perspectiva de género y el diseño, es una gran oportunidad para contribuir a revertir problemas de inequidad, expresión de la violencia que existe en nuestra sociedad contemporánea, donde uno de los factores que inciden en este problema es la información que se difunde a través de los medios masivos de comunicación visual, que, dependiendo de la perspectiva teórica e ideológica que poseen aquellas y aquellos que desde la academia elaboran esa información, contribuyen a las construcciones y representaciones sociales acerca de lo que son y deben ser y hacer las mujeres y los hombres en una sociedad evidentemente machista.

El Diseño, partiendo de la premisa que forma parte del sistema cultural, proyectado de diversas maneras (gráfico, industrial, de moda), ha reafirmado los estereotipos tradicionales de género; sólo hay que pensar en los colores, los símbolos, los enfoques y los criterios de diseño, que con una gran carga ideológica, se difunden de manera masiva. En este quehacer diseñístico: un cartel, un juguete o una prenda de vestir, es decir, toda la comunicación visual y objetual, reflejan las concepciones sociales de un grupo.

Al hablar de género, nos referimos a una construcción social y cultural asignada que se genera a partir de las diferencias de los cuerpos, focalizado en la designación de masculino y femenino. Género no es lo mismo que sexo. La perspectiva de género es una categoría de análisis de la realidad social y se convierte en una herramienta de conocimiento que nos ayuda a identificar la forma en que cada individuo simboliza y construye su realidad.

En la perspectiva de género en el Trabajo Social, existe vasta información de libros, artículos y tesis, entre lo más destacado tenemos a Julia del Carmen Chávez Carapia que en “Género y Trabajo Social” (2006), analiza sus interconexiones, y lo percibe como una categoría teórica y política que cuestiona la naturalización de la desigualdad arraigada en diferencias de sexo y sugiere la consideración de estas desigualdades y el

desarrollo de estrategias para superarla. Su preocupación está particularmente en el campo del trabajo social como disciplina de las ciencias sociales y la profesión esencial para la formulación y aplicación de las políticas sociales, se considera crucial para el logro de la equidad de género.

En este sentido, Belén Loreto (2003), nos refiriere tres cosas en cuanto a los modelos de intervención: avanzar en un modelo que comprenda el género desde los principios de la transversalidad, analizar los alcances y sentidos del empoderamiento de género como estrategia metodológica en trabajo social y reflexionar acerca de las razones que se sitúan el uso reducido de la cuestión de género en trabajo social y sus implicaciones en el país. A su vez Irene López (2007), menciona que muchas veces se interpreta el trabajo de género como el hecho de destinar proyectos o recursos particulares a mujeres con especiales dificultades sociales, sin comprender que género es una dimensión que atraviesa toda la actividad de una organización y tiene que ver con todos los colectivos. Abordar el género significa promover una redistribución del poder adentro de nuestras sociedades y de nuestras organizaciones. Por su parte Gianinna Muñoz (2011) dice que debe haber a una búsqueda interdisciplinaria para crear nuevos escenarios en la creciente complejidad social en la que nos encontramos, donde existe una multiplicidad de actores, profesionales de distinta disciplinas que ayuden a explicitar y discutir lugares de conocimiento en común desde los cuales se funda y se desarrolla la intervención social, permitiendo construir acuerdos y tener nuevas formas de mirar para intervenciones más efectivas.

Un gran reto, tanto a nivel mundial como en México, es alcanzar un mayor desarrollo con equidad social, determinado por la posición del hombre en la esfera de lo productivo y público y de la mujer en lo reproductivo, doméstico y privado. (Ibarrarán, 2003).

La información se construye desde una forma determinada de ver las cosas. Decidir qué hechos se convierten en temas a difundir por los medios, quién figura en ellos, cuándo y por qué, son decisiones hechas por las personas que producen los mensajes.

Y estas decisiones están influenciadas no sólo por criterios relativos a la importancia, proximidad u oportunidad de difundir alguna información; sino también por intereses empresariales, políticos, personales y por diversas maneras de concebir el mundo que nos rodea. (TRAMA, 2010)

Tal es el caso de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de la ENAP-UNAM, en los que se indagó la reproducción de estereotipos de género tradicionales en los universitarios, considerando una muestra de 20 estudiantes, 15 mujeres y 5 hombres, en una edad que oscila entre los 19 y 21 años.

En el ámbito laboral, se cuestionó acerca de si estaban de acuerdo con la idea de que existen actividades laborales que son *mejor* desempeñadas por mujeres que por hombres, como las secretariales, y sólo el 30% concuerda con esa idea, siendo los hombres los que lo consideran cierto.

En el ámbito social, en la pregunta referente a sus prácticas universitarias, se les cuestionó si al elaborar un cartel para promocionar artículos para bebé, considerarían los mismos criterios que existen en diseños similares donde la imagen de una mujer, representando la maternidad, debe estar como elemento indispensable, ya que su rol es el de cuidadora y única responsable de los menores; lo cual arrojó un resultado interesante ya que la mayoría opinó que efectivamente sí seguirían reproduciendo la misma imagen (55%).

En el ámbito familiar en la afirmación de que una mujer debe tener hijos para sentirse realizada, la respuesta fue en total desacuerdo. Resulta preocupante que en la afirmación de que las mujeres son responsables de que sean golpeadas por sus parejas, puesto que no denuncian la violencia y siguen viviendo con ellos, la mayoría respondieron que sí (55%).

En dos cuestionarios previos realizados en la licenciatura de Diseño Industrial de la Fes-Aragón de la UNAM, que a diferencia de la ENAP, la población en su mayoría es

masculina (60% hombres), quizás debido a que es un área del diseño en la que se involucran asignaturas que implican el uso y manejo de herramientas (actividad vinculada a destrezas masculinas), se buscó identificar en un primer cuestionario la visión de las estudiantes respecto al uso, manejo y conocimientos de herramientas.

Se realizó un cuestionario a 50 alumnas; 18 de tercer semestre, 14 de quinto y 18 de séptimo, en la cual, la mayoría (75%) manifestó sentirse incómoda ante esta situación, hecho que no había considerado o no lo había tomado en cuenta al sentirlo normal. Del resultado, algunas vivencias de las alumnas expuestas en la sección de pregunta abierta:

"Cuando voy a comprar algún material ya sea a la ferretería, maderería o el simple hecho de ir a comprar una pintura, la mayoría de las veces hay hombres que te tratan como si no supieras nada […] También me ha pasado que me atienden hasta el final…"

"Un día que iba en taxi y el conductor me preguntó qué estudiaba, a lo que yo contesté Diseño Industrial y él respondió: ¿Eso no es para hombres?

"Cuando he tenido que ir a manufacturar en especial en la herrería me han ignorado hasta que llevo la compañía de mi papá".

"En una ocasión cuando fuimos a preguntar unas dudas (con distribuidores de materiales)[…], de cierta forma a mí me ignoraba y sólo le daba la explicación a mi compañero…"

En un segundo cuestionario, se realizó a 30 estudiantes de ambos sexos, 14 mujeres y 16 hombres, y se buscó analizar cuál era su concepción acerca de la asignación de roles de género y estereotipos tradicionales de género a través de la configuración de objetos, donde la mayoría consideró que efectivamente, diseños como las herramientas establecen lo que es propio de un sexo u otro y sobre todo que son objetos que han sido hechos exclusivamente para hombres, y que a través de su práctica diseñística han reproducido esos estereotipos tradicionales de género, al asignarles colores, formas, conceptos, etcétera.

Ante la afirmación de si consideraban que las herramientas fueron diseñadas a partir de una visión masculina, el 83% consideró estar de acuerdo; en cuanto a que si los electrodomésticos fueron creados para ser usados especialmente por mujeres, el 63%

lo considera así. Al referirnos si los utensilios de cocina tienen una apariencia femenina, el 60% lo considera posible. En el cuestionamiento de si estaban de acuerdo con que la publicidad sobre automóviles está dirigida a los hombres, la respuesta en un 60% lo considera posible. Cuando se afirmó que los juguetes se encuentran divididos para ser usados por niñas o por niños, el 86% considera estar de acuerdo, al cuestionarlos sobre si los padres siempre buscan ropa rosa para niñas y azul para sus hijos, el resultado fue que el 73% de los estudiantes está de acuerdo con la afirmación. En cuanto a si los diseños con elementos florales están dirigidos hacia las mujeres, el 77% también manifiesta estar de acuerdo. Ante la afirmación de si los diseños con líneas rectas o de color oscuros están dirigidos a los hombres, el 50% lo considera posible, así mismo al afirmarles si un diseño de textura suave y colores claros están dirigidos a mujeres, el 50% lo considera posible, y como última afirmación se les cuestionó sobre si los diseños de apariencia metálica, de materiales duros y pesados están dirigidos a los hombres, el 60% estaba de acuerdo.

En la segunda sección se les hizo cinco preguntas en cuanto a sus criterios de diseño al momento de configurar una idea. Las respuestas fueron de nunca, a veces y siempre. Ante el cuestionamiento de si una de las primeras consideraciones es establecer si está dirigido a una mujer o un hombre, el 37% dijo que a veces, mientras el 26% que nunca lo hace. En cuanto a si buscan elementos formales que tengan que ver con características “femeninas” o “masculinas”, a veces fue del 27%, siempre 30% y el 43% manifiesta nunca hacerlo. Si justifican un diseño dependiendo del contexto donde hay ciertas actividades propias de hombre o de mujeres, la respuesta de *a veces* y la de *nunca* fue de 37% cada una, mientras el 26% lo hace siempre. Si sus diseños los dirige a hombres o mujeres, dependiendo de la actividad o destreza para lo cual está siendo diseñado, la respuesta fue de 37%, a veces, 33% nunca y 30% siempre. Y por último se les preguntó si usan el vocablo “usuaria” para referirse a las mujeres a quien va dirigido su diseño, el resultado fue que 77% nunca utiliza el término en femenino.

Por último, en respuestas abiertas opcionales, por si alguien quería hacer algún comentario o compartir alguna experiencia, comparto algunas de las opiniones de estudiantes:

"La mayoría de las herramientas y máquinas se diseñaron para hombres sobre todo para poder ajustarlas o usarlas muchas veces se requiere de fuerza y tenemos que recurrir a la ayuda de un hombre. Deberían poderse regular a diferentes alturas, poder funcionar con menor esfuerzo, considerar su peso, ya que también hay hombres que no cubren con el perfil de "fortachón"

"Viendo este cuestionario me doy cuenta que los profesores al momento de pedir la justificación de tu diseño te piden que pongas "rasgos, características" de por qué ese diseño es para ese género en lugar de tratar de guiarnos para hacer un diseño unisex o peor aún si le pones algo por ejemplo de hombre a un diseño para mujer te dicen que está mal porque esas no son "características" de ese sexo, pienso que deberíamos de dejar de educarnos de esto es para hombre y esto para mujer, y tratar de unificarlo"

"Considero que al momento de diseñar uno toma por usuario unisex pero, cuando bocetas muchas veces dependiendo de los colores o formas que equilibren la función y la estética, es cuando se deciden o se inclina hacia un usuario o "usuaria". Porque si tiene muchos colores cálidos es como "femenino", a mi me pasó que usé formas orgánicas para la creación de un diseño, me dijeron "parece una mariposa" ¿es para una mujer no? Creo que ya estamos con ciertas ideas en la cabeza no sólo en colores, si no hasta en animalitos, corazones, aviones, etc."

Podemos observar que por una parte, cuando se les cuestiona a estudiantes universitarios de diseño por sus concepciones y prácticas en cuanto a si reproducen estereotipos de género, principalmente en su vida personal y cotidiana, manifiestan en su mayoría que no es así, pero cuando se les cuestiona sobre los conceptos y criterios de diseño, en cuanto, a temas, colores, símbolos, etcétera, las respuestas afirman que se están reproduciendo estereotipos tradicionales de género dentro del aula, avalados por los docentes y proyectados en sus productos finales.

La Licenciatura de Diseño y Comunicación Visual de la ENAP, en la cual se pretende realizar el modelo de intervención, es una de las seis escuelas de diseño de la UNAM en la que la población estudiantil se encuentra particularmente con una alta concentración de mujeres, representando actualmente el 69% frente a un 31% de hombres.

La disciplina del Diseño y la Comunicación Visual según el Plan de Estudios de la ENAP, debe considerar los hechos sociales, el saber estético, simbólico y utilitario, es decir, tiene que ver con los procesos sociales, por tal razón podemos ubicarla con una perspectiva que permita dar cabida a diversas corrientes del pensamiento. También debe entenderse como un conjunto de saberes para la producción y difusión de mensajes, fundamentalmente a través del sentido de la vista, donde el diseñador deberá contar con disposición para el trabajo interdisciplinario, para la investigación desde un punto de vista artístico, humanístico y científico. En esta postura interdisciplinar, se busca la interacción del diseño con el Trabajo Social y con una perspectiva de género.

Actualmente nos encontramos en un momento crucial para repensar y actuar en cuanto al género, debido principalmente a dos acontecimientos claves, por un lado la UNAM, presentó a la comunidad universitaria los Lineamientos Generales para la Igualdad de Género, de observancia obligatoria para todos los niveles en los ámbitos académico y administrativo, la cual busca contribuir a desarrollar una cultura de igualdad de género, y por otro, el Diario Oficial de la Federación decretó reformas con las que se busca lograr la equidad y mejores condiciones para la participación de las mujeres, en acuerdos por los que se emitieron reglas de operación del programa de fortalecimiento a la perspectiva de género que contempla seis objetivos transversales y 36 estrategias referentes a la igualdad, seguridad, eliminación de la violencia, acceso a la justicia, a empleo, a servicios de salud y a educación, entre otros.

CONCLUSIÓN DIAGNÓSTICA.

Las concepciones e ideologías sobre género, que tienen arraigadas las y los estudiantes de Diseño se extienden al ámbito de sus prácticas diseñísticas, promoviendo la reproducción de estereotipos de género tradicionales, que contribuyen a la inequidad, afectando las relaciones sociales entre hombres y mujeres. Destacando que existen dos momentos importantes a intervenir, por un lado las ideologías de

estudiantes, y por otro, los productos a diseñar, ya que las decisiones que tomen a nivel profesional serán proyectadas de manera masiva en diferentes formas.

SITUACIÓN PROBLEMA.

Entendemos la situación problema como la conjunción del problema, el sujeto y su contexto, es decir la reproducción de relaciones inequitativas entre hombres y mujeres concebidas por las y los estudiantes universitarios de diseño al interactuar con el público a través de la difusión de sus productos, por lo cual, se pretende incidir en: La Reproducción de las relaciones inequitativas de género entre estudiantes universitarios de Diseño y el Público al cual dirige sus productos. La inequidad de género produce problemas de distribución y problemas de asignación de las actividades y rol social, es decir, afecta los recursos con los que cuenta la sociedad para el cumplimiento de sus tareas básicas en lo económico (la producción), en lo social (la reproducción) y en lo político (la creación). Para mayor claridad, nos dice Gaviria, "en esta parte se denominan problemas de distribución a los propios de la inequidad social que, aunque tienen un impacto específico y directo sobre las mujeres, son compartidos con otros grupos vulnerables; y problemas de asignación a los que tienen que ver con la aplicación de recursos a las grandes tareas que se derivan exclusivamente de la perspectiva existente sobre género." (Gaviria, 2006:83).

La inequidad, según Breilh (1996:19), es una categoría social que expresa las contradicciones sustanciales de poder que enfrentan los grupos existentes en una sociedad, donde la apropiación y reproducción del poder ocurre en tres dominios de distinta generalidad y peso: las relaciones de género, las relaciones sociales (de clase) y las relaciones étnicas. La fuente primigenia de toda inequidad es la apropiación del poder: la patriarcal por parte de los hombres sobre las mujeres, la de la riqueza que dio origen a las clases sociales y la de los grupos étnicos históricamente situados en desventaja estratégica.

La vida de hombres y mujeres en las sociedades inequitativas se construye en un proceso de distribución desigual del poder. No sólo del poder que controla la propiedad y el uso de las riquezas materiales, sino del poder que se requiere para definir y expandir la identidad, los proyectos y los sueños. (Breilh, 1999).

En este trato de desigualdad social en los medios masivos de comunicación, en los cuales se encuentra inmerso el diseño, es evidente el trato parcial de los contenido y mensajes al momento de representar, comunicar o producir y reproducir con asignación de roles y los estereotipos de tradicionales de género; por ejemplo, a partir de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer, celebrada en Beijing en 1995, se evidenció como problema la imagen estereotipada de la mujer que difunden los medios, el aumento significativo de las imágenes que perpetuán la violencia contra las mujeres y la falta de acceso de éstas a la expresión y a la toma de decisiones en y a través de los medios. La sociedad y la cultura generan y reproducen patrones tradicionales de roles y relaciones entre hombres y mujeres; éstos están signados por la desigualdad y la asimetría de poder entre los géneros y tienden a actuar, predominantemente, en detrimento de las posibilidades de las mujeres.

CONSTRUCCIÓN CONCEPTUAL DE CAMBIO.

Construir relaciones de género equitativas entre las y los diseñadores y el público al cual dirige sus mensajes, reflejadas en las concepciones de quienes producen los mensajes y de cómo se comunican de manera masiva a través del Diseño.

Las relaciones equitativas de género, son todas aquellas conductas y valores que deben ir reflejadas en el reconocimiento primero, de que hombres y mujeres estamos en igualdad de derechos por el hecho de ser personas, el reconocimiento que tienen la misma capacidad de pensar, trabajar, crear, proponer y desarrollarse, participar en responsabilidades y tareas, y que no son exclusivas de mujeres o de hombres, expresar nuestros sentimientos y opiniones abiertamente, estableciendo pautas para la crianza y educación de los niños en un ambiente de solidaridad e igualdad de derechos y

obligaciones, repartir nuestras cargas de trabajo y tareas de manera equitativa, educar a los hijos para que sean capaces de reconocer que la mujer debe ser tratada con dignidad y respeto, informarnos a cerca de lo que pueden hacer las mujeres y hombres juntos, a favor de nuestra vida personal, de la familia y la comunidad. Estas son algunas relaciones equitativas de género que nos propone la Universidad Panamericana de Guatemala, retomadas de las recomendaciones de la Organización Mundial del Trabajo (OIT).

OBJETIVO GENERAL.

Transformar las concepciones sobre género de las y los estudiantes universitarios de Diseño, promoviendo el uso de la perspectiva de género en el diseño de sus productos y reproduciendo relaciones de igualdad entre hombres y mujeres, así como medir la perspectiva de género en los procesos comunicativos hacia las y los usuarios de sus productos; así como la replicabilidad del modelo en otros grupos de estudiantes de diseño en sus diferentes vertientes: gráfico, de la comunicación visual, industrial o de moda, incorporando la participación ciudadana en la definición de las propuestas y trabajar interdisciplinariamente para garantizar una atención integral.

ESTRUCTURA METODOLÓGICA.

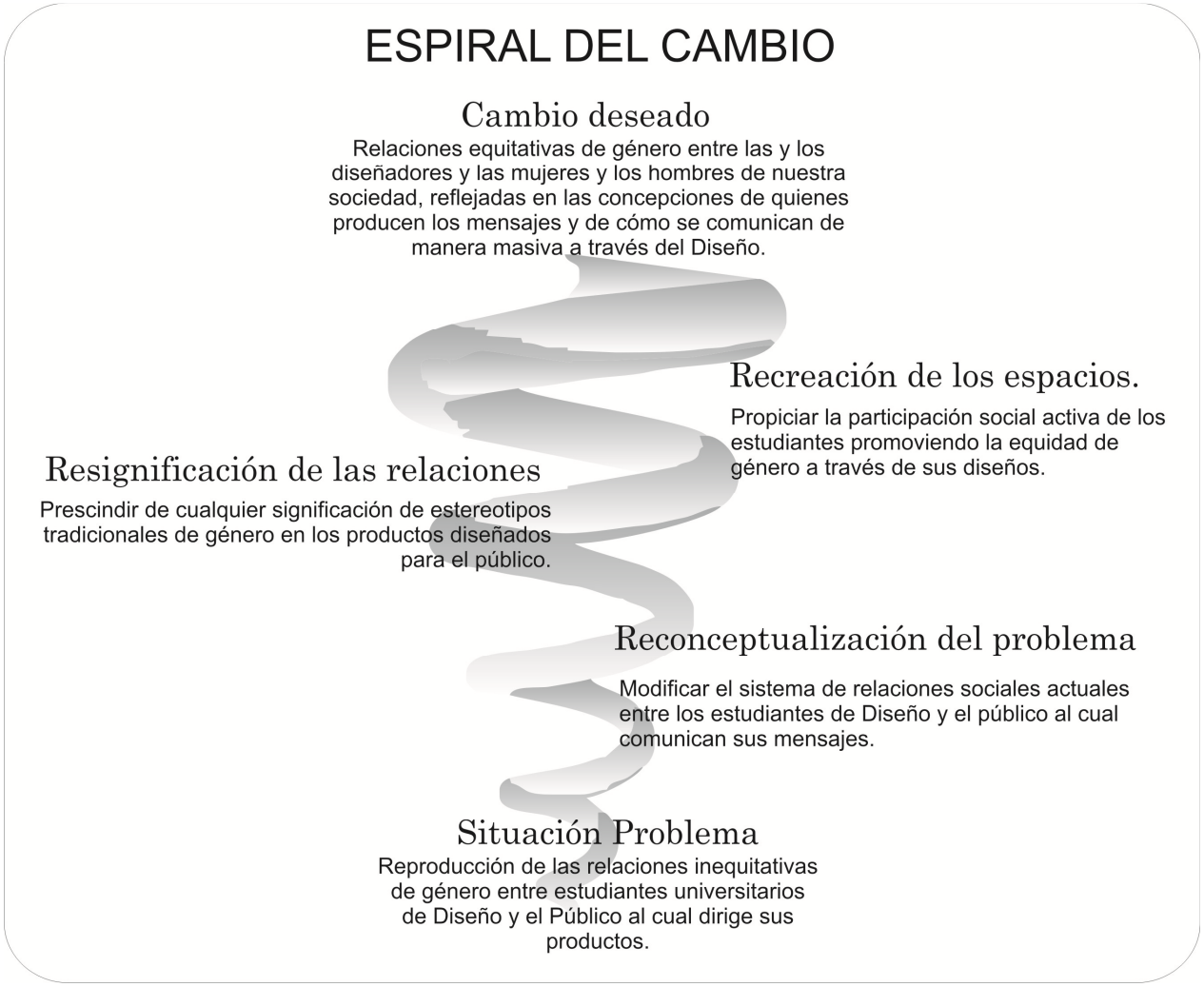
La estructura metodológica, brinda pautas y nos orienta en la manera de cómo actuar en la intervención.

DIAGNÓSTICO.

Es una fase en la que se identifica, describe y analiza la situación problema, a través de un proceso investigativo documental y de campo que contribuye a la comprensión de los factores que la influyen, los actores sociales que participan en ella y la visualización de posibilidades para lograr cambios mediante la implementación de estrategias de intervención social.

Ante los resultados, el procedimiento a seguir, establecemos la jerarquización de las necesidades encontradas para poder a partir de acciones, intervenir en acciones programadas y que respondan eficazmente y con coherencia ante la problemática.

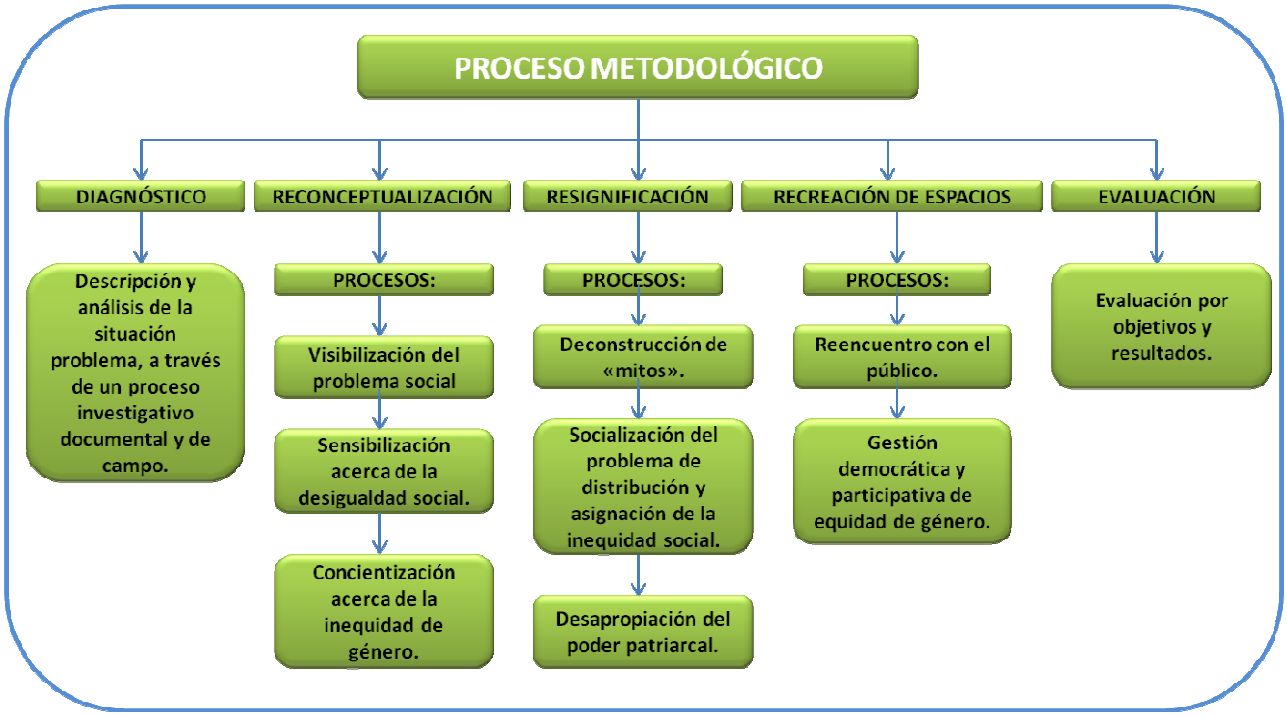
Para este modelo de intervención social, se propone la siguiente estructura basada en la espiral del cambio.



Para el desarrollo de estos procesos se implementan una serie de estrategias, métodos, actividades, técnicas e instrumentos que se han construido para su aplicación en cinco etapas y que constituyen la estructura metodológica del modelo, cuyo principal

propósito es el logro del cambio social en la reproducción de relaciones inequitativas entre hombres y mujeres.

En el siguiente esquema, se muestra la estructura general metodológica del modelo de intervención.



FUENTES DE CONSULTA.

AMADOR, Luis, (2010), Intervención social y género, Narcea, Madrid.
ARAYA, Sandra, (2002), *Las Representaciones Sociales. Ejes teóricos para su investigación*, Cuaderno de Ciencias Sociales 127, FLACSO, San José, Costa Rica.
BECH, Julio Amador, Las *Raíces mitológicas del imaginario político*, Porrúa-UNAM, México, 2004.

BREILH, Jaime (1999), La inequidad y la perspectiva de los *sin poder.* Construcción de lo social y del género, Centro de Estudios Sociales, CES, 1999. Bogotá.
---------- (1996), El género entre fuegos. Inequidad y esperanza, CEAS, Tegucigalpa.
CEPAL (2006) Guía de asistencia técnica para la producción y el uso de indicadores de género.
CHAVEZ, Julia, (2006), Género y Trabajo Social, ENTS-UNAM, México.
---------- (2004), Perspectiva de género, UNAM-PyV, México
Con todas las voces, Comunicar en clave de géneros*,* (2010), Pico de lora. Trama. Buenos Aires.
Cuaderno de Trabajo SENDOTU, (2010), Intervención Social desde el enfoque de Género, Fondo Social Europeo, San Sebastián.
Federación Española de Municipios y provincias (2007), Guía para Sensibilizar y prevenir desde las entidades locales la violencia contra las mujeres, FEMP, Madrid.
FAO, (1996), Vocabulario referido a género, Proyecto RUTA III Unidad Regional de Asistencia Técnica, Plan de Acción Forestal para Guatemala.
http://www.fao.org/docrep/x0220s/x0220s01.htm
GAVIRIA, Mario, (2006), Pobreza, inserción precaria y economía popular en Risaralda, Universidad Católica Popular del Risaralda, eumed.net, Colombia.
GONZÁLEZ, Blanca, (1999), Los estereotipos como factor de socialización en el género, Grupo Comunicar, núm. 12, marzo, España.
IBARRARÁN, María, (2003), Inequidad de Género en Desarrollo Humano: El Caso de México. Estudios del desarrollo humano, PNUD México.
JODELET, Denise, *Las Representaciones Sociales. Fenómenos, conceptos y teoría*, Paidós, Barcelona, 1988.
----------, *El movimiento al retorno al sujeto y el enfoque de las representaciones sociales*, Revista CONNEXION, Año 3, núm. 5, Sep. 2008.
LAMAS, Marta, (1995), *La perspectiva de género*, Revista de Educación y Cultura de la Sección 47 del Snte, No. 8.
----------, (2006) *Feminismo. Transmisiones y retransmisiones*, Taurus, México.
----------, (2000), *Usos, dificultades y posibilidades de la categoría de género*. En El género. La construcción cultural de la diferencia sexual, PUEG, UNAM.
LÓPEZ, Irene, (2007), El enfoque de género en la Intervención Social, Cruz Roja de España, PardeDós, Madrid.
Las mujeres y los medios de comunicación, Instituto Nacional de las Mujeres (www.inmujeres.gob.mx), octubre, 2005.
LORETE, Belén, (2003), Perspectivas de Género y Trabajo Social. Construyendo método desde el paradigma intelectual, Universidad de Cáliz, Universidad de Huelva.

MOSCOVICI, Serge. *Psicología Social I y II*. Barcelona: Paidós, 1988.
MOSCOVICI, Serge, El campo de la psicología social. En Moscovici S. *La psicología social I*. Barcelona, España: Paidós, 1984.
MUÑOZ, Gianinna, (2011), Contrapuntos epistemológicos para intervenir en lo social: ¿cómo impulsar un diálogo interdisciplinar?
OIT, http://www.ilo.org/gender/lang--es/index.htm
Universidad Panamericana de Guatemala, curso de tecnología alternativa de educación, tema: igualdad de género.
http://igualdadequidaddegenero.wikispaces.com/7.+ALGUNAS+RELACIONES+EQUITATIVAS
PANADERO, Begoña, (2002), Los estereotipos en la publicidad, Instituto aragonés de la Mujer, Zaragoza.
PLOIL, Eleonore, (2004), Género y Trabajo Social, Universidad Banberg. Alemania, Segunda época, Volumen IX, 2004-05, La Aljaba.
QUINTERO, Ángela, (1998), Enfoque de convergencia en Trabajo Social, Medellín.
---------- (2013), La familia según un enfoque de convergencia: diversidad familiar, género y sexualidad, en revista Katharsis, Institución Universitaria de Envigado, núm. 15 enero-junio.
SCOTT, Joan*, El género: una categoría útil para el análisis histórico,*
SERRET, Estela, (2001), *El género y lo simbólico. La construcción imaginaria de la identidad femenina*, UAM-Azcapozalco, México.
VELEZ, Olga, (2003), Reconfigurando el trabajo social. Perspectivas y tendencias contemporáneas, Espacio, Buenos Aires.

ANEXOS

Cuestionario 1

Las representaciones sociales de las estudiantes de Diseño Industrial de la Fes-Aragón respecto a su relación con herramientas.

Indica el semestre que cursas actualmente. _____

CUESTIONARIO
Marca tu respuesta con una X

SECCIÓN I.

	LA INTERFACE	SI	NO	POCO
1	¿Conocías la función de las herramientas manuales antes de entrar a la carrera?			
2	¿Conocías los nombres de las herramientas manuales antes de entrar a la carrera?			
3	¿Conocías el uso de cada una de las herramientas antes de entrar a la carrera?			
4	¿Solicitaste asesoramiento para saber el uso, la función o nombres de las herramientas?			
5	¿Tuviste dificultades al hacer uso de las herramientas al realizar tus primeros ejercicios?			
6	¿En algún momento en clase de Taller de Diseño, se dio alguna explicación del uso, manejo y clasificación de las herramientas?			

SECCIÓN II

	LA ERGONOMÍA	SI	NO	POCO
1	¿Consideras adecuado el tamaño de las herramientas con respecto al tamaño de tus manos?			
2	¿Has sentido que el peso de las herramientas te ha causado alguna molestia?			
3	¿Consideras que las proporciones de las herramientas corresponden a los percentiles de las mujeres?			
4	¿El esfuerzo que ejerces al hacer uso de las herramientas excede de alguna manera tus capacidades físicas?			

SECCIÓN III

	LO SOCIAL	SI	NO	A VECES
1	¿Hay extrañeza al comentar a tus conocidos que estudias diseño industrial?			
2	¿Al usar herramientas, tus familiares o amigos (no de la escuela) te han hecho algún comentario sexista?			
3	Cuando vas a un establecimiento especializado en herramientas, ¿has sentido un trato diferente por el hecho de ser mujer?			
4	Cuando llevas a manufacturar algún diseño con el herrero, carpintero, etc., ¿consideras que es el mismo trato hacia ti que al de tus compañeros hombres?			
5	Cuando compras, buscas o trabajas con herramientas, ¿comúnmente te acompaña, asesora o ayuda un hombre (papá, hermano, amigo, etc.)?			

SECCIÓN III

	LA ESTÉTICA	SI	NO	ME DA IGUAL
1	¿Te gustaría que hubiera variedad de colores, texturas o materiales en el aspecto físico de las herramientas?			
2	¿Te agradaría que las herramientas manejaran conceptos como ligereza, suavidad, etc?			
3	¿Te agradarían más unas herramientas más pequeñas o menos pesadas?			
4	¿Te gustaría que las herramientas manejaran tendencias de diseño?			
5	¿Te gustaría diseñar o que se diseñaran herramientas para mujeres?			

Este espacio es para alguna anécdota o experiencia particular que te haya pasado respecto a los temas tratados.

Cuestionario 2

"Construcción simbólica de roles de conductas femeninas y masculinas a través de la configuración de diseños industriales."

Mtra. Alma Martínez Cruz

Apoyo de los estudiantes y egresados de la carrera de Diseño Industrial de la Fes-Aragón UNAM.

Indica con una marca lo que consideres, siendo 1 lo más bajo y 3 lo más alto.

	La mayoría de:	**1**	**2**	**3**
1	herramientas se diseñaron bajo una visión masculina.			
2	los electrodomésticos son para ser usados por mujeres			
3	los utensilios de concina tienen una apariencia femenina.			

4	automóviles son anunciados para ser usados por varones.			
5	juguetes están separados para niñas o para niños.			
6	los padres buscan ropa rosa para niñas y azul para niños.			
7	diseños con elementos florales son dirigidos a usuarias.			
8	diseños rectos o grises son dirigidos a usuarios varones.			
9	diseños de materiales suaves y colores claros son para mujeres.			
10	diseños metálicos, fuertes y pesados son para hombre.			

	En la mayoría de los proyectos en taller:	**1**	**2**	**3**
1	considero primero si está dirigido para mujeres u hombres.			
2	busco elementos formales que tengan que ver con características femeninas o masculinas.			
3	justifico el contexto de mi diseño con ciertas actividades propias de hombres o mujeres.			
4	los dirijo a hombres o mujeres dependiendo de la actividad o destreza para lo que fue hecho mi diseño.			
5	uso el vocablo “usuaria” para dirigirme a las mujeres a quien va dirigido mis diseños.			

Esta sección es opcional para algún comentario o experiencia que quisieras compartir.

MUJER ____ HOMBRE ____ EDAD _____ SEMESTRE _____ EGRESADO ____

Test 1

TEST PARA ESTUDIANTES DE LA LIC. EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL DE LA ENAP-UNAM SOBRE LA REPRODUCCIÓN DE ESTEREOTIPOS DE GÉNERO. 14-2. Edad: ___
Semestre: ___ Mujer ___ Hombre ___

Se recomienda contestar de forma sincera para que sea de mayor utilidad.

Ámbito Laboral

1. Existen actividades laborales que son mejor desempeñadas por mujeres que por hombres, tal es el caso de aquéllas que tienen que ver con cuestiones secretariales.

- ☐ Muy de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Muy en desacuerdo

2. Una mujer no debe trabajar si descuida el hogar y a los hijos(as).

- ☐ Muy de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Muy en desacuerdo

3. Prefiero que mi superior jerárquico sea un hombre ya que ellos suelen ser menos conflictivos.

- ☐ Muy de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Muy en desacuerdo

4. Una mujer que trabaja debe soportar cierto grado de insinuaciones de carácter sexual por parte de sus superiores jerárquicos y/o compañeros de trabajo, ya que éstas no tienen importancia.

- ☐ Muy de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Muy en desacuerdo

5. El examen de ingravidez es un requisito para la contratación de una mujer, ya que con ello se evitan costos económicos y no se interrumpen procesos ni actividades laborales.

- ☐ Muy de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Muy en desacuerdo

Ámbito Social

1. Las mujeres son víctimas de violencia sexual por su vestimenta y lenguaje corporal.

- ☐ Muy de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Muy en desacuerdo

2. En términos productivos, resulta mucho más conveniente que una familia o un país invierta en la educación de los hombres, ya que las mujeres se dedicarán mayormente a labores domésticas

- ☐ Muy de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ En desacuerdo

- [ ] Muy en desacuerdo

3. Las normas y políticas para la igualdad de género terminan discriminando a los hombres.

- [ ] Muy de acuerdo
- [ ] De acuerdo
- [ ] En desacuerdo
- [ ] Muy en desacuerdo

4. Utilizo frases como: “no seas vieja”, “el último en llegar es vieja”, “eso es cosa de niñas”, “las mujeres a la cocina”

- [ ] Muy de acuerdo
- [ ] De acuerdo
- [ ] En desacuerdo
- [ ] Muy en desacuerdo

5. Eres diseñador-a y elaborarás un cartel para promocionar artículos para bebe y tomando en cuenta lo que has visto en diseños similares donde aparece una mujer como madre en la imagen, decides hacer lo mismo ya que el mensaje a transmitir será eficaz y de fácil comprensión e identificación con el público al que va dirigido.

- [ ] Muy de acuerdo
- [ ] De acuerdo
- [ ] En desacuerdo
- [ ] Muy en desacuerdo

Ámbito Familiar

1. La manutención económica que por ley el hombre da a la mujer de la cual se divorcia, constituye una medida injusta ya que mientras el marido trabajó, la esposa se la pasó en casa

- [ ] Muy de acuerdo
- [ ] De acuerdo
- [ ] En desacuerdo
- [ ] Muy en desacuerdo

2. Las mujeres deben tener hijos-as para poder sentirse realizadas.

- [ ] Muy de acuerdo
- [ ] De acuerdo
- [ ] En desacuerdo
- [ ] Muy en desacuerdo

3. Los hombres deben responsabilizarse en mayor medida que las mujeres del ingreso familiar.

- ☐ Muy de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Muy en desacuerdo

4. Las y los hijos de una madre que trabaja pueden crecer tan sanos y felices como los de una madre que no trabaja.

- ☐ Muy de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Muy en desacuerdo

5. Las mujeres que son golpeadas por sus parejas son responsables de lo que les sucede, puesto que no denuncian la violencia y siguen viviendo con ellos.

- ☐ Muy de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Muy en desacuerdo

Tu participación es muy importante. Gracias.

GLOSARIO DE TÉRMINOS.

El Holismo se refiere al “todo” como posición metodológica y epistemológica que postula que los sistemas y sus propiedades, deben ser analizados en su conjunto y no a través de sus partes.

La Sistémica, es un campo emergente, de la Teoría de los Sistemas que estudia los sistemas holísticos.

La Cibernética del segundo orden, no sólo analiza el sistema o concepto cibernético, sino también al cibernetista, el observador como parte del sistema mismo.

La Complejidad es la cualidad de estar compuestos de diversos elementos, caracteriza a algo con muchos partes que forman un conjunto, un cosmos.

La Teoría del caos, es un sistema dinámico muy sensible a las variaciones.