

PACTO DE ESTADO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

PROPUESTAS **ONLINE** DE
INTERVENCIÓN LOCAL CONTRA
LAS VIOLENCIAS MACHISTAS



Asociación Taller de Educación
en Valores Alternativos



Pacto de Estado
contra la violencia de género



¿QUIÉNES SOMOS?

La Asociación Taller de Educación en Valores Alternativos (Colectivo Cala) iniciamos nuestra experiencia en el trabajo de la Educación Transformadora en el año 2000, haciendo de puente entre la educación formal e informal. La **igualdad** es uno de los valores básicos que promovemos, a través de los conceptos de diversidad, autonomía, creatividad e implicación.

Son muchos los proyectos que venimos desarrollando en el trabajo de Igualdad en todos estos años, con administraciones regionales, el IJEX, el IMEX, Diputación de Badajoz, AEXCID, tanto en proyectos internacionales de voluntariado, intercambios o seminarios financiados por el programa Erasmus+. Así como proyectos específicos dentro del Pacto de Estado con diferentes Ayuntamientos de la región.

Al ubicarnos en una zona rural como la comarca Lácara Los Baldíos y más concretamente en Alburquerque nuestra apuesta siempre ha sido el trabajo en zonas rurales, comprendiendo la idiosincrasia de estos lugares. Y sabiendo adaptarnos a las necesidades de cada municipio.

METODOLOGÍA

Nuestro colectivo se caracteriza por el desarrollo de metodologías participativas y activas. Desde 2016 asumimos el reto de implementar nuestras metodologías también en formato **online**, minimizando la limitación de carecer de contacto físico y consiguiendo que sigan estando presentes los principios básicos de nuestras metodologías. Sentir, pensar, actuar para transformar.

Utilizamos todos los recursos de la plataforma de formación online **Moodle**.

COORDINACIÓN

Se presentará al final de la intervención educativa, un informe-memoria donde se recoge el proceso educativo siguiendo el modelo de memoria justificativa que solicitan desde el Pacto de Estado.

Nuestros talleres se enmarcan dentro del **Eje 1. Ruptura del silencio: sensibilización y prevención**. Y, en función de las actividades, contribuyen al cumplimiento de las siguientes **medidas del Pacto**:

- 1.1 Educación: Medidas 3, 4 y 5.
- 1.2 Campañas: 24,25 y 31. Aunque en función de los temas y procedimientos de la campaña puede cumplir algunas más.

Ejemplos: [Taller "¿Cómo aprendemos a ser padres?"](#)
[Taller "Preparación de hombres al parto".](#)
[Taller "Masculinidades para empleados municipales"](#)

↑ Cómo aprendemos a ser hombres

Vivimos en una sociedad donde seguimos encontrándonos limitaciones impuestas por los roles y estereotipos tradicionales en función del sexo.

Esto provoca la **persistencia de desigualdades entre mujeres y hombres** que se manifiesta en multitud de ámbitos (mercado laboral, participación sociopolítica, trabajo doméstico, pobreza...).

Esto también se detecta **en la escasa la participación de los hombres en actividades a favor de la igualdad**, como si fuera sólo una cuestión de mujeres. Pero la igualdad no es posible sin su implicación porque el logro de la igualdad afecta y beneficia a todas las personas.

¿Cómo aprendemos a ser hombres? es un camino hacia la reflexión sobre la igualdad, cómo se construyen las identidades de los hombres, qué papel juegan en nuestra socialización los roles y estereotipos de género, y por tanto, cómo se crean las desigualdades y cómo podemos contribuir a superarlas.

Ponemos el foco en educar en igualdad, intentando erradicar estereotipos relacionados con la masculinidad hegemónica y en fomentar un movimiento de hombres que abogue por la igualdad entre mujeres y hombres en todos los aspectos de la vida y luchen por eliminar cualquier forma de violencia.

Los **objetivos** que tenemos son:

- Incrementar el número de hombres sensibilizados y comprometidos a favor de la igualdad de mujeres y hombres, y en contra de las violencias hacia las mujeres.
- Incrementar el número de hombres con formación en materia de igualdad de mujeres y hombres.
- Generar otros modelos de referencia en el mundo rural.

Los talleres incluyen conceptos como masculinidades en transformación (u otras masculinidades); como amar en igualdad; otras paternidades; deconstrucción de privilegios; cómo cuidamos y nos cuidamos... Se trata de desenmascarar los roles que tenemos en el sistema actual, que también nos limita, pero que a la vez, mantenemos con complicidad.

La temática de los talleres se adaptan según el público, pero van **dirigidos a hombres** y se pueden focalizar en:

Grupos de padres o futuros padres. Técnicos municipales. Personal político. Grupos de hombres informales. Asociaciones. Jóvenes.

Lo ideal es establecer talleres de un mínimo de 2 horas y que no quede como un hecho puntual, sino tender a **implementar procesos**, de al menos, 6 horas online.

↑ Cómo aprendemos a ser hombres



DISEÑO PARTICIPATIVO DE CAMPAÑAS COMUNITARIAS CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Los procesos participativos garantizan la implicación de la ciudadanía en la búsqueda de soluciones a los problemas de su comunidad. Por otro lado, las campañas de sensibilización y prevención son medidas imprescindibles de concienciación social. ¿Qué ocurre cuando juntamos las potencialidades de ambas metodologías?

“El resultado son campañas creadas por la comunidad para sus vecinos y vecinas, consiguiendo mayor cercanía, adecuación de los mensajes e impacto social. Y la vivencia de un proceso participativo, que supone la implicación directa y permanente de la ciudadanía en la lucha contra la Violencia de Género”

Objetivos:

- Desarrollar una campaña de sensibilización contra la V.G de carácter participativo involucrando en el diseño y la ejecución de la misma, a diferentes actores sociales y a la población en general del municipio.
- Sensibilizar a la población en general, sobre la violencia de género y concienciar sobre la necesidad de coordinar esfuerzos para combatir la V.G.

En este caso podríamos contar con dos tipos de **público** distintos, por un lado la generación de un Grupo Motor encargado de diseñar y ejecutar la campaña. A este grupo motor se puede invitar a participar a la población en general, asociaciones locales de todo tipo, jóvenes... Y por otro lado, la población destinataria de la campaña: población en general, hombres, adolescentes, tejido asociativo local, mujeres mayores...

Un **posible itinerario online del proceso** podría estructurarse en **10 horas** de formación online, más el tiempo de ejecución de la campaña. Este itinerario incluiría una formación básica en V.G y campañas, diagnóstico de la realidad, selección de temas y públicos, planificación de la campaña y preparación de materiales, presentación de la campaña, ejecución y evaluación.

Ejemplos:

[La comunidad de Montijo se une contra la Violencia Machista.](#)
[Montijo teje redes contra la Violencia Machista](#)





Asociación Taller de Educación
en Valores Alternativos

**“Por un mundo donde seamos
socialmente iguales, humanamente
diferentes y totalmente libres.”**

Rosa Luxemburgo

DATOS DE CONTACTO

Asociación Taller de Educación en Valores Alternativos (Colectivo CALA)
Centro Municipal de Asociaciones "Pedro Márquez" Calle Santiago S/N
06510 Alburquerque (Badajoz)
G06333009

www.colectivocala.org
info@colectivocala.org
Tel: 924 105 901
Mvl: 684 451 227