

OFICINA DE IGUALDADE DE GÊNERO: UMA EXPERIÊNCIA DO PIBID COM ALUNOS DE 9º ANO EM CAJAZEIRAS

Suzyanne Valeska Maciel de Sousa, Universidade Federal de Campina Grande (UFCG),

suzy_ndbb@hotmail.com

Rosemere Olimpio de Santana, Universidade Federal de Campina Grande (UFCG),

rosemere.santana@hotmail.com

RESUMO

O presente trabalho visa apresentar a experiência de uma oficina sobre a igualdade de gênero realizada pelo Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência (PIBID), da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), campus de Cajazeiras, na Escola Estadual de Ensino Infantil e Fundamental Dom Moisés Coelho, parceira do projeto. Diante da identificação da necessidade do trabalho com a temática de gênero em sala de aula foi desenvolvida a oficina em uma turma de 9º ano D do turno da tarde. O objetivo desta proposta foi problematizar junto aos alunos as diferentes visões sobre o feminino, bem como seus lugares de produção. A oficina contou com o uso de diferentes linguagens como charges, manchetes de jornais e música, sendo sua parte mais importante a realização de debates, nos quais, os alunos puderam se expressar e construir novas opiniões no exercício de ouvir uns aos outros.

PALAVRAS-CHAVE: Gênero; Sala de aula; Oficina.

WORKSHOP OF GENDER EQUALITY: AN EXPERIENCE OF PIBID WITH STUDENTS OF 9 SERIES IN CAJAZEIRAS

ABSTRACT

This paper aims to present the experience of a workshop on gender equality carried out by the Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência (PIBID), of Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), in Cajazeiras campus, on Escola Estadual de Ensino Infantil e Fundamental Dom Moises Coelho, partner of the project. After the identification of the need of the work with the theme of gender in the classroom was developed the workshop in a class of 9th grade D of the afternoon shift. The objective of this proposal was to problematize with the students the different visions about the feminine, as well as their places of production. The workshop counted on the use of different languages such as cartoons, newspaper headlines and music, and its most important part was the holding of debates, in which students could express themselves and build new opinions in the exercise of listening to each other.

KEY WORDS: Gender; Classroom; Workshop.

TALLER A DE IGUALDAD DE GÉNERO: UNA EXPERIENCIA DEL PIBID CON ALUMNOS DE 9º AÑO EN CAJAZERAS

RESUMEN

El presente trabajo pretende presentar la experiencia de un taller sobre la igualdad de género realizada por el Programa Institucional de Bolsa de Iniciação á Docência (PIBID), de la Universidade Federal de Campina Grande (UFCCG), campus de Cajazeiras, em la Escola Estadual de Ensino Infantil e Fundamental Dom Moises Coelho, socio del proyecto. Ante la identificación de la necesidad del trabajo con la temática de género en el aula se desarrolló el taller en una clase de 9º año D del turno de la tarde. El objetivo de esta propuesta fue problematizar junto a los alumnos las diferentes visiones sobre lo femenino, así como sus lugares de producción. El taller contó con el uso de diferentes lenguajes como carteras, titulares de periódicos y música, siendo su parte más importante la realización de debates, en los cuales los alumnos pudieron expresarse y construir nuevas opiniones en el ejercicio de oír unos a otros.

PALABRAS CLAVE: Género; Aula; Oficina.

INTRODUÇÃO

As discussões acerca da igualdade de gênero têm sido inseridas nos mais diferentes espaços na sociedade, nesse sentido a educação não pode nem deve se omitir, a escola é o ambiente ideal para a problematização dos conceitos culturalmente assimilados e a construção de opiniões para a promoção da cidadania.

O currículo escolar tem buscado agregar questões sociais e culturais que antes não abrangia, com o intuito de inserir os sujeitos historicamente excluídos dos conteúdos oficiais através de uma maior visibilidade para suas lutas, como é o caso das mulheres.

Sobre a questão de Sexualidade e Gênero, os Referenciais Curriculares do Ensino Fundamental da Paraíba apresentam os seguintes direcionamentos:

O intuito aqui é combater e prevenir a homofobia e os diversos tipos de preconceitos e violências contra as mulheres, através do estímulo ao debate entre as pessoas que são protagonistas no espaço escolar, onde existem práticas preconceituosas que condenam e discriminam crianças, adolescentes e professores que não correspondem à identificação dominante de gênero e sexualidade. (Brasil, 2010, p. 359)

Dessa forma, o currículo assume a necessidade de trabalhar em sala de aula as diversas questões geradoras de violência e preconceito, indicando o exercício do debate como principal ferramenta para produzir a compreensão das diferenças.

Neste ensejo, o presente trabalho visa apresentar e refletir o desenvolvimento de uma oficina sobre a igualdade de gênero realizada pelo Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência (PIBID), da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), campus de Cajazeiras, entre os dias 24 de Julho e 2 de Agosto de 2017 na Escola Estadual de Ensino Infantil e Fundamental Dom Moisés Coelho, parceira do projeto. A oficina foi realizada por dois bolsistas do projeto em cooperação com o supervisor e coordenadora em uma turma de 9º Ano D do ensino fundamental, no turno da tarde.

A escolha do tema se deu através da reflexão sobre as necessidades específicas dos alunos das turmas atendidas nesta escola, para tanto no início do ano letivo foi realizado um questionário em todas as nossas turmas abordando temas variados como gênero, sexualidade, racismo, religião, família e corrupção. Dentre as questões abordadas a que mais chamou atenção nesta turma foi a questão da igualdade de gênero, apesar de não apresentarem um machismo declarado, a maioria dos alunos demonstrou não ter segurança sobre esta questão.

Assim decidimos dar maior visibilidade a este assunto com o intuito de gerar uma reflexão sobre a desigualdade de gênero através da desconstrução de possíveis discursos patriarcais preexistentes, além de reforçar e corroborar o empoderamento feminino através do uso de diferentes linguagens.

Para trabalhar com o conceito de empoderamento nos apropriamos das definições oferecidas por Horochovski e Meirelles (2007, p. 486):

Numa perspectiva emancipatória, empoderar é o processo pelo qual indivíduos, organizações e comunidades angariam recursos que lhes permitam ter voz, visibilidade, influência e capacidade de ação e decisão. Nesse sentido, equivale aos sujeitos terem poder de agenda nos temas que afetam suas vidas.

Em suma, empoderar seria conceder autonomia, atribuir liberdade de decisão e também responsabilidades. Entendemos que o empoderamento feminino é necessário enquanto estratégia para equilibrar a balança histórica proporcionando as mulheres seu lugar de direito enquanto sujeitos agentes de sua própria história tanto quanto os homens.

A oficina aqui relatada pode ser subdividida em três fases: planejamento e reflexão teórica, execução e reflexão das ações realizadas.

DESENVOLVIMENTO

A proposta buscou problematizar os diferentes discursos que envolvem os gêneros, com enfoque no gênero feminino, a fim de entender as intenções que permeiam seus lugares de produção. Para tanto procuramos identificar como suas visões foram elaboradas, se reproduzem ideias apreendidas da família, da mídia, da escola ou de outra fonte.

Na fase inicial foram realizadas diversas leituras teóricas que nos permitiram entender a questão de gênero de uma forma mais ampla, como, por exemplo, o texto “A Emergência do Gênero” (1997), de Guacira Louro, que discute o surgimento do conceito de gênero em ligação com a história dos movimentos feministas.

Após a estruturação da proposta através da produção de um plano de aula a ser desenvolvido em cinco aulas, a fase seguinte foi a sua aplicação. Como estratégia inicial utilizamos uma dinâmica com o objetivo de ativar o conhecimento prévio dos alunos fazendo-os se colocar a partir de sua identidade no lugar de compreensão do outro. Assim, dividimos um cartaz em dois lados com os nomes homem e mulher e pedimos que os alunos apresentassem por escrito o que, em sua opinião, significava ser do sexo oposto, de forma que os meninos responderam o que é ser mulher e as meninas o que é ser homem. Suas considerações foram separadamente recolhidas e colocadas no cartaz, a cada resposta lida abria-se o debate para a turma refletir se concordavam ou discordavam da fala e se aquela era uma boa representação de sua identidade.

Essa dinâmica foi muito produtiva e permitiu a compreensão das posturas dos alunos sobre o tema antes da efetivação do trabalho. Foi interessante notar que, segundo as falas das alunas, os homens teriam como principal característica o orgulho e a ignorância, enquanto para os alunos, as mulheres seriam seres doces e especiais.

Discutimos com os alunos os diferentes lugares a que somos designados desde a infância de acordo com o gênero de nascimento, masculino ou feminino. Quando

questionados sobre de onde estas opiniões advinham os alunos apontaram a família como principal elemento formador, seguido pela mídia em geral e depois a escola e amizades.

Nas aulas seguintes buscamos pensar a força que a mídia exerce sobre o cotidiano das pessoas e problematizar o consumo que fazemos do que a mídia nos oferece, segundo Polga e Silva (2017, p. 3):

O conteúdo publicitário brasileiro apresentado em diversas décadas obteve oscilações na representação social da mulher - desde uma submissão ao sexo masculino, sem direito a voz ativa, até uma ditadura de beleza mutável de acordo com a moda temporal - mostrando uma possível miopia por parte das marcas em relação aos direitos e reivindicações desse grupo.

Dessa forma, debatemos como a mídia é produzida a partir de um lugar o que implica a representação de uma intenção, seja ela qual for, questionamos os alunos sobre a imagem da mulher que eles assistem na mídia e recebemos variados exemplos como a sensualidade sem sentido nos comerciais de cerveja, as donzelas em jogos e na música, as mães e donas de casa nos filmes, mas não foram apresentadas apenas estas imagens tradicionais, também surgiram exemplos das heroínas do cinema e exemplos de artistas independentes na música e na televisão.

Como critica Nádia Lapa em seu artigo “A representação da mulher na mídia e em produtos” (2013), na Revista Carta Capital:

Todo mundo já sabe: em comerciais de cerveja, estará sempre muito calor e as mulheres vestirão um biquini fio dental nos corpos belíssimos. Corpos esses sem língua, diga-se, porque elas nunca falam nada. Quer vender detergente, sabão em pó ou qualquer outro produto de limpeza? Direcione as propagandas paras mulheres, porque elas ainda não saíram da cozinha.

Assim, entendemos que as marcas costumam reproduzir a imagem tradicionalmente aceita da mulher, bela e passiva. A partir do retorno dos alunos ficou claro que esta noção, apesar de estar bem presente em seus cotidianos já não representa a imagem que a maioria deles possui do ser feminino.

Fez-se necessário refletir ainda como o aumento da visibilidade para as questões sobre gênero têm gerado a apropriação desta luta pelas marcas, posto que na atualidade nenhuma marca quer estar vinculada a algo negativo como preconceito, assim muitas marcas já optam por representar a mulher de forma mais livre e autônoma enquanto estratégia de aceitação pelo público (POLGA, SILVA, 2017).

Pedimos aos alunos ao fim desta aula que trouxessem para a próxima aula letras de músicas que para eles representassem o empoderamento feminino e na aula seguinte fizemos uma roda de conversa onde eles puderam apresentar suas músicas, na forma de leitura, e explicar como entendem que suas letras exprimem o empoderamento feminino. Uma aluna trouxe, por exemplo, a música “Tô Na Luta” de Karol Conka, segundo ela esta música tem uma mensagem muito importante, pois estabelece o lugar de luta da mulher e assegura que ela pode ser o que quiser ser.

Para esta reflexão utilizamos como base as considerações de Milena Freire (2017, p. 183-184) a fim de problematizar os diferentes papéis socialmente atribuídos pela mídia ao homem e a mulher:

É possível afirmar que a publicidade tem uma função importante no processo de naturalização das relações de poder e dominação que envolve as questões de gênero por meio do uso de representações que cristalizam os papéis sociais de homens e mulheres. [...] De um modo geral, a publicidade naturaliza a visão androcêntrica, representando mulheres como emotivas, passivas, dóceis ou sensuais e homens como sujeitos racionais, viris e provedores do lar.

Dessa forma, buscamos explorar estes lugares através das músicas, a medida que muitas músicas definem o lugar do homem enquanto forte, inteligente e líder, designando para as mulheres um papel inferior, de submissão, e algumas produções quando se esforçam por buscar uma igualdade acabam atribuindo à mulher características próprias do masculino como se a única forma de a mulher ser igual ao homem é agindo como ele.

Ao longo da oficina também foram utilizadas outras linguagens como charges problematizando o cotidiano a partir do ponto de vista feminino e manchetes de jornais opostas que apresentavam duas visões de mulher, em uma como recatada e do lar e na outra enquanto empresária independente e bem-sucedida.

Por fim, propomos aos alunos a fabricação de um Portfólio com diferentes produções no estilo de uma revista. Os alunos deveriam optar pela própria tarefa que fariam e pelo modo de sua execução, podendo ser individual, de dupla ou trio. Ofereceremos algumas opções de produções como paródias, poemas, a produção de mini artigos com críticas às representações midiáticas apresentadas, sendo o mais importante que os alunos apresentassem e produzissem suas próprias ideias.

Todos os trabalhos deveriam ser feitos na sala durante a última aula da oficina onde seriam agrupados em um único Portfólio, no entanto os alunos nos surpreenderam trazendo as atividades prontas para a última aula, na qual interagimos sobre a oficina e socializamos seus trabalhos. O resultado desta atividade final foi ainda melhor que o esperado, os alunos trouxeram quadrinhos, poemas, desenhos, slogans, biografias, textos autorais, seus trabalhos demonstraram grande clareza acerca das questões de igualdade de gênero debatidas.

CONCLUSÃO

Toda a oficina teve bastante participação e receptividade por quase todos os alunos da turma e seu retorno durante os debates e na atividade final foi ainda melhor do que o esperado. Todavia, nem todos os alunos demonstraram o mesmo acompanhamento, foi possível notar a resistência de um aluno em especial, apesar de se posicionar durante os debates sua postura não permitiu espaço para o diálogo, suas opiniões discordaram da turma em várias situações e o mesmo optou por não realizar a atividade final.

Outra dificuldade foi o tempo, em virtude da grande participação da sala que sempre questionava, apresentava novas opiniões e exemplos de situações, os debates acabaram se estendendo e a oficina, que era prevista para cinco aulas, foi realizada em seis aulas.

No geral consideramos que a oficina foi muito bem sucedida, mas isso se deve principalmente a boa relação e entrosamento entre os bolsistas e a turma que além de ativa e participativa demonstrou abertura à reflexão de suas práticas e opiniões.

Ao compararmos o cartaz produzido na primeira aula como levantamento do conhecimento prévio às produções finais feitas pelos alunos torna-se notável a eficácia e

importância da oficina, pois eles conseguiram não apenas refletir sobre as questões propostas como se apropriar dela as ressignificando.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GOVERNO DO ESTADO DA PARAÍBA. SECRETARIA DE EDUCAÇÃO E CULTURA. **Referenciais Curriculares do Ensino Fundamental: Ciências Humanas, Ensino Religioso e Diversidade Sociocultural**. João Pessoa: SEC/Grafset, 2010.

HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi; MEIRELLES, Giselle. **Problematizando o conceito de empoderamento**. Seminário Nacional Movimentos Sociais, Participação e Democracia, v. 2, p. 485-506, 2007. Disponível em: <http://xa.yimg.com/kq/groups/15801923/1924646552/name/Texto+1.+Conceito+de+Empoderamento.pdf> Acesso em: 15 de Agosto de 2017.

LOURO, Guacira Lopes. A emergência do gênero. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**, p. 14-36, 1997.

POLGA, Gláucia Helena Prestes; SILVA, Ivana Almeida. **Femvertising: empoderamento feminino na publicidade contemporânea**. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sul2017/resumos/R55-1437-1.pdf> Acesso em: 15 de Agosto de 2017.

LAPA, Nádia. **A representação da mulher na mídia e em produtos**. Carta Capital, 2013. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/feminismo-pra-que/a-representacao-da-mulher-na-midia-e-em-produtos-7011.html> Acesso em: 19 de julho de 2017.

FREIRE OLIVEIRA-CRUZ. Milena. **Representações do feminino na publicidade: estereótipos, rupturas e deslizes.** Chasqui (13901079), n. 134, 2017.