La Mujer y la Cultura

Boletín de la Fundación Centros Católicos de Cultura Popular y Desarrollo de Adultos

EDITORIAL

Tiempo fuerte, una presencia consciente

Este tiempo de Semana Santa, de Pascua es, no cabe duda, un tiempo denso para los cristianos. En este tiempo confluyen muchos acontecimientos, desde la naturaleza que despliega toda su potencia vital, hasta las seculares elecciones municipales y autonómicas o la guerra de Libia.

Realmente para los cristianos laicos todo tiempo y momento es un tiempo fuerte, en él se está jugando la vida y la muerte, bendición y maldición, la suerte de los pobres. Parece que nos asuste un poco darnos cuenta de la trascendencia de nuestra vida, que se desgrana y concreta en cosas pequeñas, como ir o no a una procesión, votar o no, manifestar una opinión contraria o favorable a la intervención militar en el norte de África, asistir o no a la sesión del Centro. Son cosas pequeñas y concretas pero son las que una y otra entretejen nuestra vida y constituyen nuestro testimonio; así estamos llamados a ser testigos de Jesucristo, con hechos y palabras, hechos pequeños y cotidianos y palabras sencillas y claras.

Ser conscientes de esta trascendencia de lo pequeño y concreto es también un gozo, porque es descubrir cómo nos llama Dios a vivir la santidad personal, cómo nos encarga santificar nuestra realidad y cómo nos es posible a todos y cada uno de nosotros ir asumiendo ese encargo gozoso.

Acaba la programación y plantearemos una nueva para el próximo curso, fruto de las propuestas de las animadoras diocesanas y del trabajo del Patronato, y esta programación va a ser la urdimbre y la trama que va a dar de sí un tejido diferente y hermoso, común y plural en los Centros de toda la Iglesia española durante el próximo curso. En la vida de los Centros esta urdimbre se teje con el compromiso concreto y cotidiano de las animadoras, de las responsables, de todos los participantes en la marcha de los Centros como hilos de color que dan sus puntadas y tejen con una aportación sencilla pero imprescindible. Somos responsables y conscientes; gracias a todas por esto.

EDITORIAL	2	EL PODER DE LA PALABRA	13
TEMA DEL MES	3	IGLESIA	18
Temas de Programación		CULTURA	20
EN EL LABORTARIO DEL CINE	7	VIDA DE LOS CENTROS	22

EL RETO DE PARAR EL ALZHEIMER

Este año se cumple un siglo desde que esta grave enfermedad neurodegenerativa fue descrita por el médico **Alois Alzheimer.** Con este motivo la Fundación Reina Sofía y la Fundación Pasqual Maragall plantean el Año Internacional para la Investigación en Alzheimer y Enfermedades Neurodegenerativas. El acontecimiento divulgará los grandes retos del Alzheimer y apoyará proyectos de investigación promovidos por la Fundación Reina Sofía y la Fundación Pasqual Maragall.

Alzheimer Internacional 2011 quiere lograr en el ámbito de la investigación y a través de eventos científicos de carácter internacional:

- Fomentar el debate y el intercambio de experiencias en el campo de las neuro-ciencias entre especialistas, expertos y científicos de todo el mundo.
- Contribuir a que España se sitúe entre los países líderes en investigación científica sobre el Alzheimer y las enfermedades neurodegenerativas.
- Colaborar en la consolidación del Programa sobre Alzheimer de la UE.

¿QUÉ ES LA ENFERMEDAD DE ALZHEIMER.

La Enfermedad de Alzheimer es tal vez la más importante enfermedad neurodegenerativa por su presencia y naturaleza destructiva, a tal punto de constituir un grave problema de Salud Pública. La enfermedad de Alzheimer es la más común de las demencias; científicamente, se define como tal. Esta enfermedad fue descrita por vez primera en 1907 por el médico alemán Alois Alzheimer, de quien tomó su nombre. La enfermedad es irreversible y hasta el momento no se conoce cura alguna.

El Alzheimer es una enfermedad progresiva y degenerativa del cerebro la cual provoca un deterioro en la memoria, el pensamiento y la conducta de la persona. La enfermedad de Alzheimer produce una disminución de las funciones intelectuales lo suficientemente grave como para interferir con la capacidad del individuo para realizar actividades de la vida diaria. Esta enfer-

medad es cruel con todas las partes afectadas. El enfermo deja de recordar, andar, conocer, pensar, comer…Y los cuidadores primero deben aceptar que la persona a la que cuidan ya no les conoce, y luego, llega el trago final.

CAUSAS DE LA ENFERMEDAD DE ALZHEIMER.

La causa de la enfermedad de Alzheimer es desconocida; sin embargo, cada vez se está insistiendo más en un componente de carácter genético. Los investigadores han encontrado hasta el momento algunos genes que de un modo u otro son los causantes de la enfermedad. Sin embargo, además del componente genético, no hay que pasar por alto otros factores como son los virus, agentes tóxicos o ambientales, respuestas inflamatorias o golpes en la cabeza, los cuales pudieran provocar en forma conjunta o aislada una disfunción en el sistema general del organismo y el comportamiento de la persona.

10 SIGNOS DE ALARMA DE LA ENFERMEDAD DE ALZHEIMER

(Tomado de la Alzheimer's Association)

• La pérdida de memoria que afecta a la capacidad laboral y expresa una pérdida de capacidades previas.
• Dificultad para llevar a cabo tareas familiares que anteriormente llevaban sin dificultad alguna.
• Problemas con el lenguaje. Sobre todo a la hora de nominar las cosas.
• Desorientación en tiempo y lugar. Con la consiguiente afectación en las relaciones.
• Capacidad de juicio disminuida.
• Problemas con el pensamiento abstracto.
• Cosas colocadas en lugares erróneos. Con las consiguientes pérdidas continuas.
• Cambios en el humor o en el comportamiento, con aparición de manifestaciones de ansiedad, depresión, trastornos celotípicos, etc.
• Cambios en la personalidad.
• Pérdida de iniciativa. Otro síntoma también muy precoz es la pérdida de la memoria olfativa.

ESTRATEGIAS CON EL ENFERMO DE ALZHEIMER

Estrategias para mejorar la comunicación entre el enfermo y el cuidador.

* Tomar la iniciativa y no esperar que ocurra, utilizando un tono cálido.
* Escoger momentos tranquilos y apoyarse en la gesticulación.
* Utilizar un lenguaje sencillo y esperar a ver si ha comprendido, dar tiempo.
* Situarse de frente al enfermo y a la misma altura que él.
* No forzarle a mantener comunicación cuando el enfermo no lo desea.
* No plantearle interrogantes complicadas o elecciones entre muchas alternativas.
* No terminar las frases por él.
* Respetar sus silencios.
* Narrarles sus propias actuaciones diarias.
* Mantener siempre la calma y el dominio de la conversación.

ESTRATEGIAS CON EL FAMILIAR CUIDADOR DE UN ENFERMO DE ALZHEIMER

Hacer que la persona cuidadora de un enfermo de Alzheimer se comunique y por tanto interrelacione con otras personas, familiares o no, "colegas" o no, es una actividad en la que hay que poner un gran esmero, ya que produce un efecto muy positivo en los cuidadores y evita el aislamiento de éstos.
Recogemos estrategias que hemos evidenciado sumamente eficaces para conseguir esa comunicación eficaz.

1. **Hacer peticiones concretas al entorno de familiares y amigos.**
2. **Aprender a combinar técnicas de comunicación oral con otras alternativas a ésta.**
3. **Utilice el contacto físico de manera terapéutica.**

4. **Sitúese siempre que pueda en el presente y no haga muchas anticipaciones.**
5. **Utilice la música y el canto como forma de expresión.**
6. **Encuéntrele el significado a su vida en todo lo que hace y dice.**

Fuentes utilizadas:
Ayudándote a recordar. Fundación Antidemencia Al Andalus.

Actividades

1.- Elaborar un periódico. (pag. 41 del libro Métodos de animación sociocultural, de Laura Gutiérrez) Contendrá las siguientes secciones:

Noticia a fondo (desarrollo claro y breve del Alzheimer).
Se habla de... (información de alguien importante relacionado con la noticia).
Palabra viva (explicar y desarrollar todo lo que se pueda en torno a alguna palabra clave sobre el Alzheimer).
Menús idóneos para los enfermos de Alzheimer.
Humor (estrategias para cuidar al enfermo).

2.- Cine forum: "Bicicleta, cuchara, manzana"

Analizar los personajes. Valores humanos que destacan. Valores religiosos. Mensaje de la película.

4.– ARTE / HISTORIA

EN EL LABORATORIO DEL CINE

Punto de partida

El lenguaje subliminal se extiende entre los diseñadores industriales que incluyen significados subliminales en productos (automóviles, ropa, cosméticos, aparatos), y en sus envases. Aquellos que no alcanzan a leer y entender las ilusiones simbólicas del lenguaje subliminal pueden ser considerados, desde el punto de vista funcional, como analfabetos.

4.- Percepción subliminal (1 sesión)

Primer paso.- Técnicas de los mensajes subliminales.

Se considera subliminal todo estímulo que no es percibido de manera consciente por nuestro cerebro, pero es procesado por éste a través de otras estructuras cerebrales (sistema reticular). A veces, se consideran también subliminales todos aquellos estímulos que pasan desapercibidos por "inadvertidos" (técnicas de enmascaramiento).

Los contenidos de los mensajes subliminales que utilizan los publicistas son aquéllos cuyos significados son similares para un gran número de personas, es decir, los llamados símbolos transculturales. Éstos se agrupan en dos grandes temas: los que se refieren al **origen de la vida** (procreación, amor, sexo) y los que se refieren a la **muerte** y todo lo relacionado con la **violencia y la agresión.** Un claro ejemplo donde aparecen estos símbolos transculturales es el anuncio "Be Divine" de Beefeater.

Las técnicas visuales y auditivas son las más utilizadas en la publicidad, entre ellas destacamos:

- Criptográficas: consiste en el ocultamiento en una escena o dibujo de palabras o figuras gráficas (Velux en su versión femenina).
- Enmascaramiento: Consiste en presentar un primer estímulo y un segundo que impida que se reciba el primero. Pueden ser de naturaleza visual o auditiva.

  Una película española en la que se puede ver esta técnica es en **"Todo sobre mi madre"** del director Pedro Almodóvar. En ella encontramos cómo hacen publicidad enmascarada de teatros y obras de teatro, como es el caso del Tivoli, que aparece en un fotograma donde se ve el periódico abierto donde figura dicho nombre y la obra Salomé. En otro fotograma aparece el cartel de la obra de teatro pegado en una puerta en un segundo plano, detrás de una de las protagonistas.

- Anamórficas: Consiste en la distorsión de las imágenes, de manera que según el ángulo de visión, tendrán nitidez o no. Según los psicólogos, nuestro inconsciente es capaz de percibir estos estímulos deformados, hecho que no sucede a nivel de percepción consciente.

  En la famosa película "El retorno del Jedi" de la trilogía clásica de la "La guerra de las galaxias" dirigida por George Lucas. Cuando Luke lucha contra el Emperador y justo en la escena en que el Embajador eleva su cabeza para caer al vacío, se ve un esqueleto sobrepuesto sobre Dart Vader, y antes de caer, se ve una calavera anamórfica oculta.

  Muchas películas de Disney utilizan esta técnica; la película "Fantasía", en los inicios se desarrolla una historia tenebrosa: aparecen espectros anamórficos que, según se mueven, va convirtiéndose en esqueletos de humanos y animales, brujas en escoba, etc. Más adelante las llamas de fue-

go son voluptuosas mujeres desnudas representadas anamórficamente, que producen en los espectadores infantiles y adultos una auténtica sensación de miedo y terror.

- Sobrecarga perceptiva: sobrecarga de estímulos visuales y verbales: música y sonidos intensos junto con variaciones rápidas de fuerte colorido, con cambios bruscos de movimientos, varias escenas en un mismo plano, etc. que crean una información de sobrecarga informativa que no es captada por el consciente en su totalidad.

Segundo paso.- Publicidad subliminal

Nuestra memoria, recuerdos, emociones, no sólo se componen de contenidos que hemos guardado conscientemente; otros que han sido adquiridos de forma inconsciente también han sido guardados y almacenados. Es lo que se viene a llamar nuestra "mente profunda".

Llamamos publicidad subliminal la que mediante técnicas de producción de estímulos o de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos pueden actuar sobre el público destinatario sin ser consciente de ser percibida. Es decir, la actividad publicitaria incide sobre el subconsciente humano por ser capaz de percibir sensaciones que no son captadas por el consciente, produciendo un deseo de consumir un determinado producto de manera inconsciente.

Se trata de publicidad que estimula al consumidor de forma inconsciente, es decir, va dirigida al subconsciente. Estos estímulos pueden ser tanto positivos (incitar a una persona a hacer ejercicios, por ejemplo), como negativos (incitar a fumar o consumir droga...).

Formas de publicidad subliminal:

a. Fotogramas que aparecen por cuestión de milisegundos en una cinta de cine.
b. Reproducir mensajes a frecuencias altas con duración de milisegundos para que lleguen al sistema auditivo.
c. Enviar fonogramas invertidos para enviar algún mensaje secreto.
d. Encubrir una imagen (la de una marca por ejemplo) y que forme parte de otra (en las manchas de un dálmata por ejemplo).

Tercer paso.- Su efectividad.

La efectividad de los mensajes subliminales viene siendo cuestionada desde hace cuarenta años. Algunos expertos aseguran que los estímulos ocultos dentro de la publicidad y la música tienen muy poco efecto sobre el individuo. Otros, por el contrario, sostienen que esa práctica alcanza un orden inmoral, es atrevida y peligrosa para la sociedad.

Lo que sí parece ilógico es pensar que los encargados del mercadeo estén pagando grandes cantidades de dinero por una forma de publicidad que no funciona. De este hecho podemos concluir que los mensajes subliminales no determinan el comportamiento del comprador..., pero lo pueden influenciar.

Captar el mensaje subliminal exige que el receptor se dé cuenta de un segundo significado de tipo connotativo, lo que implica un interés previo por parte del receptor. Ocurre que normalmente el interés del receptor es bastante breve y posiblemente no le dé tiempo de centrar su atención en busca de un segundo significado. Una persona normal no identificaría estos significados la primera vez, a menos que esté preparado para encontrarlos e interpretarlos.

Según algunas pruebas realizadas, parece que los estímulos subliminales sonoros tienen mayor influencia que otros. Las insinuaciones subliminales más usuales tienen connotaciones sexuales.

Cuarto paso. ¿Tenemos defensa?

Los lenguajes subliminales no se enseñan en las escuelas. Para percibirlos necesitamos tiempo, concentración y alguna ayuda del autor; aún así, no es seguro que encontremos el significado que pretende el autor.

A pesar de todo, las personas no andamos a la deriva esperando la llegada de los mensajes subliminales que nos empujen contra nuestra voluntad hacia lo que quiere el emisor. En caso que se dieran, su poder es muy relativo. Su contenido es confrontado con imágenes que tenemos almacenadas desde siempre, con ideales que hemos ido afianzando con el paso del tiempo. En nuestras elecciones tendrán más peso nuestras experiencias adquiridas, por encima de un fotograma que pasó a una velocidad infinitesimal.

A cada instante recibimos imágenes a las que no prestamos atención. Cuando paseamos por una calle céntrica, cientos de letreros pasan a nuestro lado. No podemos leerlos todos. Subliminalmente penetran en nuestra mente. Pero no salimos corriendo a comprar todo lo que ofrecen. Los mensajes subliminales existen, pero también funcionan los mecanismos de defensa.

La normativa que regula la publicidad considera ilícita, y por tanto prohibida, entre otras, la publicidad engañosa, la publicidad desleal y la publicidad subliminal.

Fuentes utilizadas:

Ministerio de Educación. Instituto de Tecnologías Educativas
http://www.ite.educacion.es/w3/recursos2/estudiantes/actualidad/op_04.htm#up

Rivera Camino, J y Sutil Martín, L. **Marketing y publicidad subliminal. Fundamentos y aplicaciones.** Editorial ESIC. Madrid. 2004

Actividad

1. Experimento de enmascaramiento.

Siguiendo el ejemplo que aparece en el dossier confeccionado para el tema, se puede enmascarar una palabra en una sopa de letras hecha con letras sueltas recortadas de revistas o periódicos. Pedir después que realicen un dibujo. Comentar el resultado.

2.- Fotogramas de películas.

Se entrega fotocopias de los fotogramas de la película Fantasia, El Rey León; hablar de las figuras que aparecen. (ver dossier)

3.- Campañas electorales.

En el dossier se han recopilado imágenes de campañas electorales que podéis analizar.

5.– CIENCIAS SOCIALES

EL PODER DE LA PALABRA

3.- Mejorar un texto (2 sesiones)

Punto de partida

Tras redactar el borrador escribiendo con la mayor libertad posible sin tomar en consideración los errores que te pueden impedir la fluidez de la redacción. El último paso es la revisión y corrección.

Primer paso.- Revisión de borrador

Al escribir el borrador lo hacemos con gran libertad sin pensar en errores derivados de la ortografía, puntuación, gramaticales o léxicos. Lo importante es la concentración en la claridad del escrito, incluyendo las nuevas ideas que se vayan ocurriendo en el momento de escribir.

Ahora es momento de la corrección del borrador. En este proceso se juzga qué es lo correcto y lo incorrecto y qué cambios se deben introducir en el borrador.

Guía para la revisión del borrador

Error	Operación	Revisión
	CONTENIDO	
Las palabras desconocidas no se han aclarado.	Añadir/sustituir	Añadir definiciones o explicaciones. Sustituir palabras desconocidas por otras más familiares para los destinatarios.

Las ideas y detalles no están de acuerdo con la finalidad del escrito.	Añadir/sustituir	Añadir explicaciones, razones y argumentos, datos, detalles… Suprimir la información que no corresponda a la finalidad.
El escrito no es adecuado para los destinatarios.	Añadir/sustituir	Añadir ejemplos, anécdotas o detalles interesantes para los destinatarios. Sustituir los detalles que no interesen a los destinatarios por otros más motivadores.
No se ha suministrado la suficiente información sobre el tema.	Añadir	Añadir detalles, hechos, ejemplos, etc., que completen el tema.
Se ha incluido información que no pertenece al tema.	Suprimir	Suprimir las oraciones o fragmentos de oración no relacionados con el tema.
	ORGANIZACIÓN	
No se ha formulado con claridad la idea central. Las ideas secundarias aparecen desordenadas.	Ordenar de nuevo	Comprobar la ordenación de las ideas. Reordenar las ideas secundarias para que aclaren mejor la idea central.

No están debidamente conectadas las ideas dentro del párrafo.	Añadir	Añadir referencias directas y expresiones de transición. Añadir información suplementaria.
	ESTILO	
El tono del escrito no está de acuerdo con la actitud.	Sustituir	Sustituir las palabras que no concuerden con la actitud.
El tono empleado no es aconsejable para la finalidad y destinatarios del escrito.	Sustituir	Sustituir el tono empleado por otro más apropiado. El formal por el informal, el serio por el humorístico… Sustituir expresiones coloquiales por otras más cultas, o viceversa.
Hay monotonía en las oraciones.	Sustituir/ordenar de nuevo	Sustituir oraciones cortas por largas o viceversa. Cambiar el orden de las oraciones.
Las palabras utilizadas son inapropiadas, vagas o palabras “comodín”.	Sustituir	Sustituir las palabras inapropiadas y vagas por otras más precisas y exactas. Sustituir las palabras “comodín” por otras más específicas.

Corrección del borrador

La corrección es el último paso en el proceso de la redacción, y consiste en corregir los errores gramaticales, ortográficos y léxicos que se hayan podido cometer.

GUÍA PARA LA CORRECCIÓN DEL BORRADOR

Errores gramaticales
1. ¿Comunican un mensaje completo las oraciones que has empleado?
2. ¿Existe concordancia entre el sujeto y el predicado, y entre los sustantivos y los adjetivos que los modifican?
3. ¿Has utilizado adecuadamente los pronombres?
4. ¿Has usado la forma verbal adecuada? ¿Has establecido debidamente la correspondencia entre los tiempos verbales?
Errores ortográficos
5. ¿Has revisado la ortografía de las letras dudosas?
6. ¿Has consultado el diccionario en caso de duda al escribir una palabra?
7. ¿Has revisado la puntuación del escrito, leyéndolo en voz alta?
Errores léxicos
8. ¿Has utilizado siempre la palabra más apropiada, correcta y exacta?
9. ¿Has evitado las palabras “comodín”?
10. ¿Has evitado la repetición de la misma palabra mediante el uso de pronombres o sinónimos?

Fuentes utilizadas

Oniega Morales, J.L. **Curso básico de redacción**. Ed. Verbum. Madrid. 1991

Actividades

1.- PALABRAS PIRATAS.

Tiempo: dos horas.

Desarrollo:

Se les proporciona a cada persona un texto. A continuación se les entregarán "palabras piratas" para que las introduzcan en el mismo.

Deben conseguir un texto diferente al primero o que tenga una relación.

Corregir el texto creado

Objetivos:

Desarrollo de la composición escrita.

Desarrollo de la imaginación.

Material:

Diccionarios.

Folios.

Lápiz o bolígrafo.

Evaluación: Corrección ortográfica y sintáctica de los textos.

Ejemplo:

"Desde que corretea por toda la casa, el niño los tiene en vilo a todos. Pero el viejo se esponja de felicidad. "Eso, niño mío, ¡guerra!", piensa. "¡quien no da guerra no es nadie!"

La mayor víctima de las hazañas infantiles es el orden doméstico impuesto por Anunziata. El niño agarra todo cuanto alcanza y lo abandona en sitios inverosímiles. Además ya mueve objetos grandes; su último descubrimiento es empujar sillas. Enfila con una el corredor a una velocidad excesiva para sus pasitos y, si se cae, protesta un momento con sañudo llanto, pero vuelve al placer de empujar la silla."

(**La sonrisa etrusca. José Luis Sampedro.** Alfaguara. pag. 249)

Palabras piratas:

Democracia. Oferta. Apurar. Construir. Meritorio. Sosiego. Enlazar.

FUERTES EN LA DEBILIDAD

La vivencia de la Pascua nos invita a descubrir esta gran paradoja**: la fortaleza se manifiesta en la debilidad.** La fuerza del amor de Jesús se muestra con toda evidencia en la cruz, justamente cuando se encuentra más agotado y vulnerable. Es la experiencia de los mártires, enfrentados a los poderosos de la tierra: en su fragilidad se muestran más fuertes que quienes les torturan y matan. Es la experiencia de las madres en defensa de sus hijos en peligro, sin otro recurso que su tesón y su constancia en la lucha contra el hambre, contra la droga… Es la experiencia de los jóvenes desarmados que en Túnez o en Egipto (y al principio también en Libia) reclaman el derecho a vivir con dignidad, arriesgando la vida en ello.

Y no sólo se manifiesta, sino que también **la fortaleza se construye en la debilidad.** Nos hacemos fuertes en la medida que encontramos dificultades y las vamos superando. Aquel a quien todo le resultó fácil no se ha curtido como el que ha tenido que luchar y desarrollar capacidades que hubieran quedado sin cultivar si no hubiera experimentado su debilidad.

Hay muchos aspectos de nuestra vida en que nos experimentamos débiles. Quizá el más cercano o frecuente sea el de la salud, porque tarde o temprano la enfermedad llama a nuestra puerta. ¿Cómo reaccionamos entonces?: ¿con quejas y lamentos?, ¿con abatimiento y depresión?, ¿con ánimo y esperanza?

Ante una enfermedad grave es frecuente una reacción encadenada que suele tener estas etapas:

- Negación: “esto no puede ser”, “se han equivocado”, “buscad otro médico” …

- Rabia: ¿por qué a mí?, ¡no es justo!, ¿qué hice yo para merecer esto?, ¿dónde está Dios que me castiga así?...

- Depresión: hundirse ante la evidencia, dejarse ir…

- Aceptación: lentamente se va asumiendo la realidad, descubriendo aspectos positivos antes no valorados y activando recursos personales que uno mismo desconocía tener.

El resultado muchas veces es el de un crecimiento en madurez personal, un relativizar cosas que antes parecían muy importantes y un valorar planteamientos y actitudes hasta entonces descuidadas. Cuestiones vitales que siempre se aplazaban, porque no había tiempo o simplemente porque uno vivía instalado en la comodidad de lo superficial, ahora se retoman con hondura. Y es que la experiencia del sufrimiento y la enfermedad ha puesto en cuestión el sentido de la vida y hay que buscar respuesta.

Para los creyentes la clave de respuesta nos la ofrece Jesús: estamos en buenas manos, las manos de Dios Padre nunca nos van a abandonar, sea cual sea nuestra situación. Pero el Señor no nos infantiliza, nos quiere adultos. Sencillos y confiados, sí. Pero también activos y luchadores, poniendo en acción todas las cualidades y talentos con que Él nos ha dotado.

Las dificultades son a veces una bendición que acabaremos agradeciendo. Conviene grabar bien en nuestra memoria esta afirmación de San Pablo (Rom. 8,28): *"a los que aman a Dios todo les sirve para el bien".*

HEROÍNAS

EXPOSICIÓN EN DOS SEDES: MUSEO THYSSEN-BORNEMISZA Y FUNDACIÓN CAJAMADRID (SALA DE LAS ALHAJAS, Plaza de las Descalzas)

8 marzo-5 junio 2011

El Museo Thyssen ha dedicado algunas exposiciones a la imagen de la mujer en el arte occidental, desde el Renacimiento hasta la actualidad. No hay más que recordar la muestra de *Las Lágrimas de Eros*, donde se realizaba un recorrido por las figuras femeninas de la seducción. En esta ocasión, Guillermo Solana, también comisario de la ya citada, dedica el discurso expositivo a glosar la figura de la mujer, no desde su papel de conquistadora, servicial, sumisa, o maternal, sino en un papel menos corriente que denomina como heroína.

El comisario no hace un catálogo de mujeres célebres, sino que ha preferido realizar grupos de mujeres de acuerdo a diferentes escenarios y a variadas vocaciones. El resultado han sido diez grupos ordenados de un modo temático, no cronológico, ilustrado por obras pertenecientes a distintas épocas, lenguajes y medios artísticos. Mezcla antigüedad y modernidad; obras conocidas –las menos- junto a artistas de vanguardia, con gran presencia de mujeres creadoras. Solana no puede evitar inclinarse por los románticos, prerrafaelitas y simbolistas, así como contemporáneas.

Hay muchas obras excelentes, y sobre todo, de difícil acceso. El convenio establecido entre el Museo Thyssen y la Fundación Caja Madrid ha obligado a repartir los diez grupos temáticos de mujeres entre las dos sedes. Destaca el texto de Rocío de la Villa en el catálogo, donde analiza la obra de algunas de las artistas que más han contribuido en el último siglo a la consideración de

la mujer y a la revocación de los roles impuestos por la sociedad patriarcal.

En la sede del Museo Thyssen-Bornemisza encontramos las obras agrupadas bajo las categorías de: SOLAS, CARIÁTIDES, MÉNADES, ATLETAS, ACORAZADAS Y AMAZONAS.

En la sede de Fundación Cajamadrid, Sala de las Alhajas, están las obras agrupadas en: MAGAS, MÁRTIRES, MÍSTICAS, LECTORAS Y PINTORAS.

Marina Abramovic,
La cocina y Santa Teresa, 2009

CURSO ACTUALIZACION 2011

RESULTADO EVALUACIÓN

26 asistentes de las siguientes diócesis: Ciudad Real, León, Granada, Huesca, Murcia, Soria, Valencia, Vitoria,

19 evaluaciones entregadas. 73%

EVALUACIÓN

¿Cómo valorarías el cursillo?

Muy Bien	68,5 %
Bien	26,5 %
Regular	5 %
Mal	
ns/nc	

Muy buena organización. El contenido bien. Buena amistad, compañerismo y ganas de seguir. Gracias por esta nueva oportunidad.

Gracias por el esfuerzo y el entusiasmo que habéis hecho para que éste curso salga bien.

Ha sido una pena que tantas animadoras se hayan perdido estas jornadas. La convivencia ha sido estupenda.

Todo lo que aquí se ha recibido se puede trabajar con las mujeres. Muy pobre el curso este año.

Fue la primera vez que asistí y me encontré acogida y a gusto. Mª José servicial y participando en todo. Personas con una gran experiencia que la transmiten.

Dios es la belleza se realizó en las jornadas. La casa bien algo de fresco por la mañana, la comida casera y buena, la acogida menos.

Agradecer a todas las animadoras que han mantenido su compromiso con los Centros en esta etapa tan delicada.

Muchas gracias a todos por vuestro trabajo y entrega.

En general bueno e interesante.

Reconozco el esfuerzo que hacéis para que todo salga bien y agradezco tanto que me llevo en el corazón. Espero poder sembrar esta semilla en las personas.

La residencia muy buena.

Hemos mejorado mucho. Ahora sÍ que nos escuchamos.

Sois maravillosos y me he sentido como en mi propio Centro. Gracias a todos. Aprovecharé todo lo que me mandan de vuestros Centros para bien del mío.

Viernes 4 de marzo

1.- "Dios es la belleza"
Alfonso Gil Montalbo.

Muy Bien	63 %
Bien	21 %
Regular	
Mal	
ns/nc	15 %

Llegas al corazón con la Palabra, que el Señor te bendiga y te glorifique.

2.-"Intercambio de experiencias"

Muy Bien	21 %
Bien	53 %
Regular	10 %
Mal	
NS/NC	16 %

3.- "Preparación de la visita cultural".
Mª José Miguel

Muy Bien	32 %
Bien	53 %
Regular	5 %
Mal	
NS/NC	10 %

4.- "Taller de música"
Roberto Martínez

Muy Bien	43%
Bien	43%
Regular	5 %
Mal	
NS/NC	10 %

Sábado 5 de marzo

5.- "El encuentro con el arte: estética, observación, interpelación y acción".
Silvia Martínez Cano

Muy Bien	53,5 %
Bien	36,5 %
Regular	5%
Mal	
NS/NC	5%

6.-"La danza: una oportunidad de comunicación"
Ana Guerrero Lindner e Inma Sánchez García Muro

Muy Bien	69%
Bien	21%
Regular	10 %
Mal	
NS/NC	

Le han sobrado 2 horas largas. Con un poco más de explicación y dos danzas suficiente. Pero ha sido una experiencia buena.
Muy largo.
¡Qué experiencia tan hermosa y bella!
Muy dinámico, algo especial, nos quita un poco los tabúes.

Domingo 6 de marzo

7.- Visita cultural: La Residencia de Estudiantes

Muy Bien	69 %
Bien	21 %
Regular	10 %
Mal	
NS/NC	

Me ha gustado mucho la guía.

8.- Velada del viernes.

La sesión de magia muy buena, no conocía esta cualidad de Domingo, me sorprendió.
Buenísima y corta.
Estupenda, gracias Domingo.

9.- Velada del sábado. (Se suspendió)

Faltó prepararla.
El teatro de la noche no se debió suspender sin un consenso, ¿quién decide sobre el grupo?
Aunque el teatro no se hizo lo pasamos chupi.

C) Sugerencias.

El próximo año hacer el curso en Murcia, merecerá la pena. Se puede hacer una compensación económica.

Animo a que penséis en la posibilidad de hacer el próximo curso en Murcia. No os defraudaremos.

¿Sería posible que el curso del año 2012 se hiciese en Murcia?

Propongo que el próximo curso sea en Murcia.

Podríamos pensar hacer el curso en Murcia. Gracias, gracias, muchas gracias.

El próximo curso en Murcia, con gastos compensados.

Mi sugerencia es ¡ADELANTE!

Que el próximo curso se realice en Murcia.

Intentar el curso en un lugar propicio a la mayoría, con ánimo de aumentar la asistencia.

ASAMBLEA DE ANIMADORAS DIOCESANAS

Comenzamos la asamblea poniéndonos en manos del Padre con la lectura de Mateo 6, 25-34.

El presidente (Ricardo Loy) saluda a la asamblea y explica que dentro del Patronato se ha realizado un cambio: el vicepresidente a partir de ahora será el Responsable General del sector de adultos de la Acción Católica General, cargo que ahora recae en Tania Martínez Alfaro.

Estaba en el orden del día entregar la memoria del curso 2009-2010. No se hace pues sólo se ha recibido información de 6 diócesis. Se insiste en la necesidad de enviar la información para elaborar la memoria, que es nuestra carta de presentación ante otros y ante nosotras mismas.

Se presentan las cuentas del año 2011 con un déficit previsto de 13.465 €. Se hace una valoración de la campaña 1 €. Se ven dificultades para llevarla a cabo, se van dando pequeños pasos. Es necesaria su implantación.

Todas las diocesanas presentes hacen muchas propuestas para la nueva programación del curso 2011-2012. El patronato hará la selección con todas ellas.

Se informa que ha habido algunos cambios en los estatutos. En ellos se aumenta la representación en el patronato a 6 animadoras diocesanas, se ha modificado un artículo para conseguir la exención de IVA, aparece el cambio en la vicepresidencia

Edita:
Centros Católicos de Cultura Popular y Desarrollo de Adultos, ACE
c/ Alfonso XI, 4, 6º D. 28014 Madrid
Tfno. 91 521 45 17 Fax. 91 531 54 06
Correo electrónico: centros@accioncatolicaes.org