

POR TODOS LOS MEDJOS.

***La importancia de la acción
conjunta en la prevención de la
violencia de género en jóvenes***



índice

presentación

1 lo que pienso, lo que hago

2 El ámbito docente

3 El ámbito asociativo

4 Medios de comunicación

presentación

Los datos, reflexiones y propuestas para la acción contenidas en esta publicación son fruto del análisis llevado a cabo a partir de los procesos de investigación-acción-participativa e intervención directa llevados a cabo durante el año 2013 dentro del programa “Igualmente: Prevención de la violencia de género en jóvenes inmigrantes”. Recogemos los datos de 883 cuestionarios a jóvenes y 27 entrevistas a personal docente y de ONG’s y otras entidades/administraciones. Recogemos aquí los principales hallazgos y reflexiones.

“Igualmente...” pretende generar procesos de inclusión, participación y cambio a partir del fomento de relaciones y actitudes igualitarias entre adolescentes y jóvenes, así como la construcción de liderazgos, especialmente, en relación a la equidad de género.

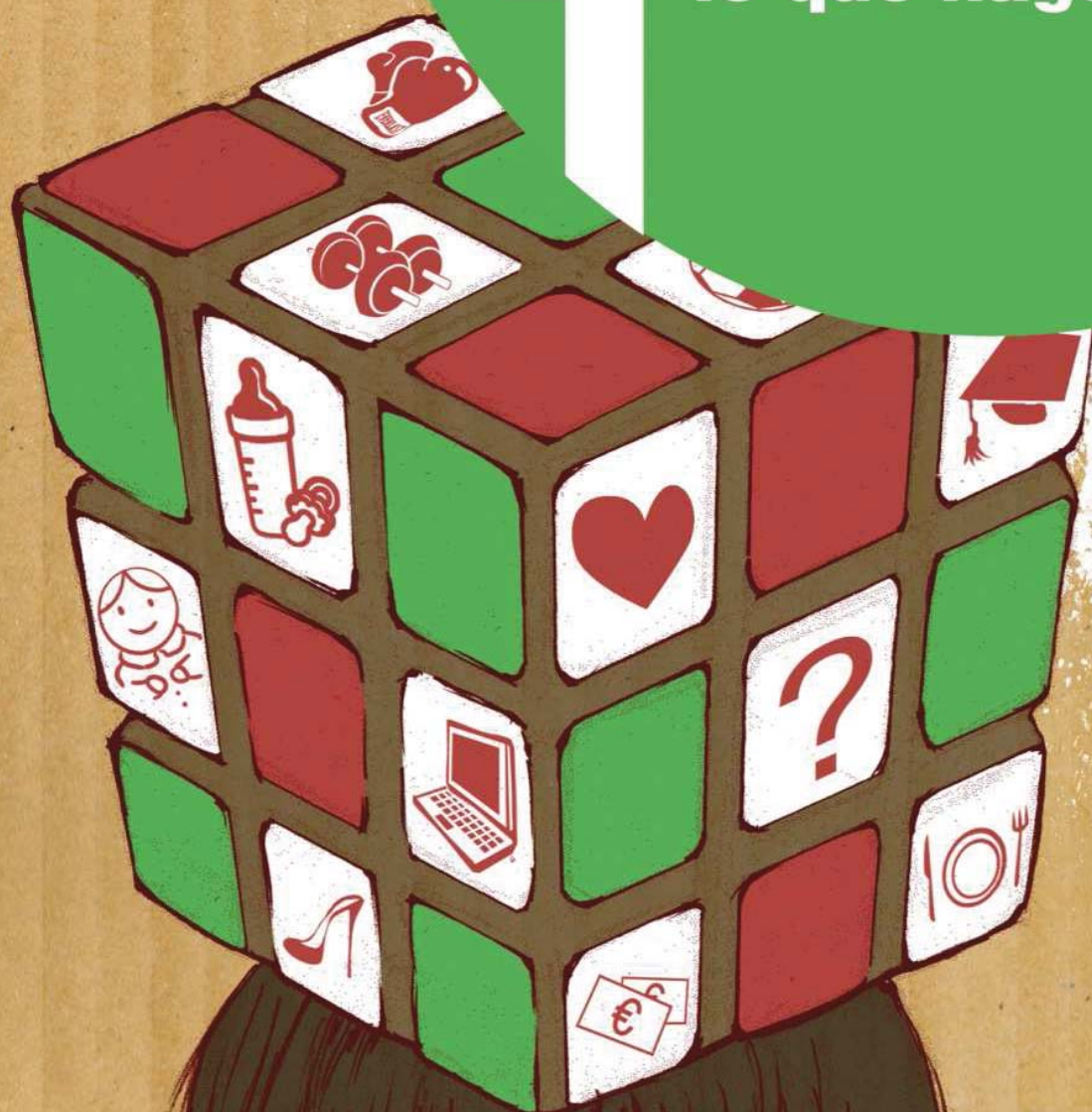
La Federación de Mujeres Progresistas agradece enormemente la colaboración del personal de los centros educativos participantes y especialmente a su alumnado

Eva López Reusch, Coordinadora
del Proyecto

Personal técnico Madrid: Monica Saiz
Personal técnico Burgos: Laura Pérez
de la Varga

1

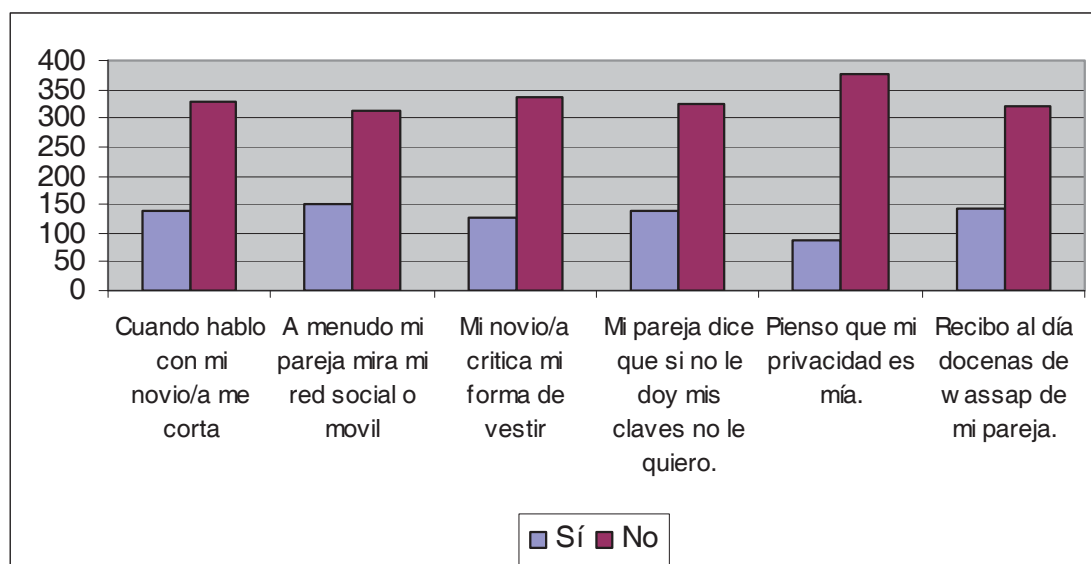
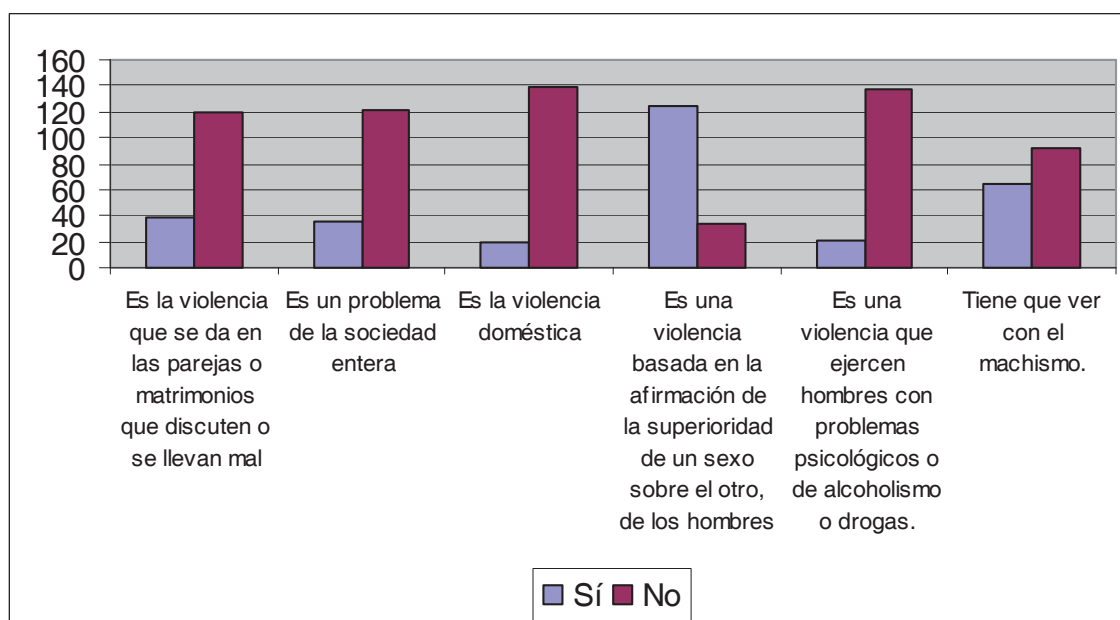
lo que pienso,
lo que hago



Como ya ocurriera en años anteriores, **sigue aún presente la aceptación irreflexiva de las diferencias entre mujeres y hombres por razón de sexo.**

Si bien ante la pregunta sobre las causas del machismo, las respuestas referidas a la afirmación de un sexo sobre otro y el machismo son numerosas, la afirmación “es un problema de la sociedad entera” sólo es causa para una minoría (36 menciones)

Siguen reproduciendo actitudes y comportamientos machistas, en forma, sobre todo, de control: el 27% de las chicas afirma que su pareja critica su forma de vestir, y el 32% de ellas y ellos afirma que su pareja mira a menudo su red social o móvil.



Este año se discutió mucho acerca de qué es ser chica o chico, obteniendo respuestas muy interesantes:

Ventajas de chica

De todo lo que las/os jóvenes consideran ventajas de ser chica podemos concluir que de las más estimadas como tal se encuentran las que precisamente responden al pensamiento machista sobre la cosificación de las mujeres. Esto es, vemos como las ventajas de entrar gratis a las discotecas, cuidar la imagen y tener pechos han sido estimadas en un 20%, un 14% y un 12% respectivamente.

El hecho de que entrar gratis a las discotecas les parezca positivo indica una interiorización y aceptación de ciertas actitudes machistas que impregnan la cotidianidad de las/os jóvenes. De hecho, una de las desventajas de ser chico es el no poder entrar gratis a las discotecas. Esto supone por tanto, una normalización de la idea de las mujeres como una mercancía dedicada al disfrute, generalmente de los hombres. Igualmente, el hecho de valorar como ventaja el cuidado de la imagen (poder usar variedad de ropa, de accesorios, poder llevar tacones, vestir ligeramente, maquillarse...), deja de manifiesto la sobrevaloración que se le da al aspecto de las mujeres, dejando en segundo lugar, casi ignorándose en ellas sus cualidades y habilidades intelectuales y personales. Este dato, junto con las reflexiones que pudimos observar en el taller, donde expresaban claramente que no tenía nada de malo que a las chicas les agradara gustar a los chicos, nos desvela la reiterada inclinación en el imaginario colectivo a reducir a las mujeres a meros instrumentos para el deleite sexual de los hombres. No obstante, los datos nos muestran como el cuidado de la imagen en las mujeres, no sólo es considerado una ventaja sino que también, ven en ello una desventaja, concretamente el 6% de las respuestas indicaban esta apreciación. Argumentaban que cuando se es mujer no se tiene elección a la hora de cuidarse físicamente, viéndose sometidas a la dictadura de la belleza. Se aprecia así, como dichas exigencias de belleza impuestas por los medios de comunicación y la industria también son vistas por parte de las/os jóvenes con

una perspectiva crítica, vislumbrándose una toma de conciencia de esta sutil discriminación. La presión y la obligación social de las mujeres a mantenerse bellas son detectadas como un valor sexista por parte del alumnado. Incluso, se llegó a comentar que las modas son diseñadas por varones para que finalmente las mujeres gusten a los hombres. Reflexión donde ya podemos observar un paso más allá en la crítica, ya no solamente son conscientes del mandato de género que hay detrás del cuidado de la imagen sino que además, señalan la finalidad de dicho mandato evidenciando la relación de poder de los hombres hacia las mujeres, donde las mujeres son ubicadas en el imaginario colectivo como seres pasivos que siempre son “mirados” e identificados como objetos de deseo y no como sujetos. De hecho, es significativo que se considere que una de las ventajas de los chicos es no verse obligado socialmente a cuidar su imagen ante las/os demás, hablan literalmente de no tener que depilarse en un 9%, y no tener que maquillarse en un 9%.

Resulta relevante que el hecho de tener pechos sea una ventaja en las mujeres que se repita. El que el hecho de tener pechos sea visto como algo positivo, es un indicador de que la sexualización que sufren las mujeres en nuestra sociedad a través de la publicidad, las revistas, las series de televisión, las películas, los videojuegos, etc., está siendo legitimada. El uso de la imagen de los pechos de las mujeres en la publicidad y el poder de la imagen fragmentada, al mismo tiempo que la asociación de los pechos grandes con el éxito social que se promociona desde la publicidad, son elementos claves que conforman la violencia simbólica donde se socializan las/os jóvenes.

El que las ventajas de las chicas tengan que ver mayoritariamente con la cosificación sexual de las mujeres nos indica como la violencia estructural y simbólica es naturalizada a través de los procesos de socialización y de los agentes socializadores como los productos culturales. Como pudimos comprobar en nuestra intervención en el aula y a través de sus discursos, resulta casi imperceptible a los ojos de las/os jóvenes. Así, se confirma el poder de la socialización diferencial a partir de la cual se da una correspondencia entre la estructura social externa y la estructura individual interna (su percepción y

acción) que permiten la legitimación y en consecuencia la perpetuación de una sociedad sexista. Detrás de ciertas acciones y comportamientos en los que se manifiesta la desigualdad de género, unos más visibles que otros y de mayor dificultad para cambiar, se encuentran los valores socioculturales, formas de pensar y concebir la vida que están interiorizando las/os jóvenes, reproduciendo así los roles que se atribuyen a mujeres y hombres. Es más, concretamente en el caso de las chicas pudimos observar en sus discursos como las barreras que la sociedad les impone son interiorizadas por éstas, es decir, las barreras externas se convierten en barreras internas las cuales, a su vez, permiten que las barreras externas se mantengan.

Sin embargo hay otras discriminaciones que les resultaban obvias. Un dato muy significativo es que en un 16% de las respuestas el alumnado afirma que no ven ninguna ventaja en el hecho de ser mujer. La menor valoración que tradicionalmente la sociedad ha ido dando al papel que asigna a las mujeres y que ha tenido como consecuencia distintas formas de discriminación contra ellas como la violencia machista, el mayor porcentaje de desempleo, la discriminación salarial, la escasa consideración del trabajo doméstico, la poca presencia en los puestos de responsabilidad política, social, cultural, económica, etc., son percibidas de manera clara. Todas estas discriminaciones fueron sopesadas por parte del alumnado en el taller ya que les resultaban obvias frente a las discriminaciones anteriormente mencionadas, que llamamos sutiles, las cuales tienden a interiorizar y normalizar sin crítica alguna. No obstante, cuando se les invita a la reflexión a partir de distintas dinámicas que les empuja al análisis, surgen discursos muy firmes donde podemos observar una capacidad de pensamiento crítico.

Otra de las ventajas más valoradas ha sido el hecho de que las mujeres se puedan quedar embarazadas lo que nos desvela, junto con las reflexiones del alumnado en taller, la idealización de la maternidad. Frente a esta idea no plantearon de manera genérica las desventajas que la maternidad puede acarrear a las mujeres en una sociedad donde la división sexual del trabajo y la falta de la corresponsabilidad en el terreno de los cuidados sigue acarreando

una discriminación social hacia las mujeres, a excepción de una respuesta que señala la discriminación laboral por embarazo. Así, podemos decir que la exaltación de las diferencias biológicas entendiendo la capacidad reproductora como una virtud sigue sosteniendo el discurso sexista que justifica las funciones feminizadas. Según los datos recogidos, las desventajas vinculadas con la maternidad están relacionadas fundamentalmente con el hecho concreto y puntual del parto como experiencia dolorosa, pero no con la discriminación social que sufren las mujeres otorgándoles a ellas las tareas de cuidado. Es más, en un 18% de las desventajas de ser mujer coincidían en el hecho de dar a luz. Visibilizar las discriminaciones que sufren las mujeres en el embarazo y a lo largo del ejercicio de la maternidad son temas en los que tenemos que seguir trabajando desde la intervención y la sensibilización. La naturalización y biologización de los roles de género sigue siendo una realidad que induce a las mujeres a las funciones de cuidado y a la responsabilidad del bienestar de otros/as.

La menstruación se ve de manera muy negativa, un 48% de respuestas, casi la mitad, nos indica que una de las desventajas de las mujeres en tener la menstruación, lo que también se traduce en ventaja para los chicos porque no la padecen, un 27% nos indica este pensamiento. Pero en los discursos de las/os jóvenes no se observa que vean en esta desventaja una discriminación.

Igualmente la desigualdad laboral es una de las desventajas que también la ven claramente, hablaron del techo de cristal y sostenían que las mujeres estaban limitadas en sus carreras profesionales por lo que tienen menos oportunidades de avanzar profesionalmente. Es significativo que este tipo de discriminaciones las cuales están muy visibilizadas en los medios de comunicación correspondan con los discursos del alumnado, esto nos indica que, frente a discriminaciones que se están fomentando desde los productos culturales como las anteriormente mencionadas, aquellas discriminaciones que son visibilizadas y tratadas como tal por los medios de comunicación son vistas claramente por las/os chicas/os.

Desventajas chicas

Entre las otras ventajas de las chicas se encontrarían que son más inteligentes, con mentes más frías, más fuertes a nivel psicológico, que maduran antes y que tienen una mente femenina, que son capaces de coordinarse mejor, son luchadoras, con capacidad de hacer varias cosas a la vez. Podemos apreciar aquí una biologización de ciertas características que son culturales. La socialización diferencial que las/os jóvenes viven en nuestra sociedad a través de distintos agentes socializadores (la familia, los medios de comunicación, el uso del lenguaje, la religión, etc.) implica la consideración social de que niños y niñas son en esencia (por naturaleza) diferentes por lo que tenemos cualidades innatas y propias de nuestro sexo. Esto no es más que una forma de seguir perpetuando las discriminaciones en función del sexo y de perpetuando la feminidad y la masculinidad propia del pensamiento hegemónico.

Y entre las desventajas hablan de que se las exige menos a nivel físico, que no son tan valoradas como los hombres (por el mero hecho de ser mujeres), sus méritos conseguidos no son reconocidos, se las critica más por las cosas que hacen, sufren una desigualdad social, son culpabilizadas por sufrir abusos sexuales, sufren violaciones y son más débiles físicamente lo que les deja indefensas ante un las violaciones.

Y entre otras ventajas se encuentra que pueden pasear solos por la calle sin que esto sea una amenaza para ellos.

Desventaja chicos

Algunas de las desventajas de los chicos están relacionadas con los órganos sexuales masculinos, por ejemplo, hablan de sus genitales como “partes sensibles” en un 15%, de las erecciones incómodas en un 9% y en alguna respuesta señalaba la disfunción eréctil como una desventaja. Igualmente, frente al 15% de las respuestas que indicaban el “mear de pie” como una ventaja, nos encontramos con un 9% de las respuestas que ven en ello una desventaja. Llama la atención el hecho de que de las siete desventajas más

valoradas como tal, tres estén relacionadas con los órganos sexuales masculinos, reconociéndose menores desventajas a otros niveles. La invisibilidad que hay en nuestra sociedad sobre la cantidad de desventajas que subyacen de la masculinidad hegemónica y la preocupación por los asuntos relacionados con los genitales refleja la existencia de un sistema social establecido a partir de un pensamiento falocéntrico (la visión de la virilidad abstracta).

Pero como indicamos no es solamente estas últimas las que son consideradas como desventajas, nos encontramos con una preocupación importante en el hecho de que se les exige ser fuertes por el mero hecho de ser hombres. Se observa así una denuncia y una disconformidad ante el mandato de género.

La alopecia también sale como una desventaja ocupando ésta el cuarto lugar. Y el hecho de no poder quedarse embarazados también lo ven una desventaja como indicábamos anteriormente, aunque en menor medida.

A través de las opiniones vertidas por las/los jóvenes consideramos que se puede apreciar el ajuste de sus esquemas mentales con el imaginario colectivo, adscribiéndose a las chicas y a los chicos ventajas y desventajas que subyacen de los estereotipos y mandatos de género. Se observa la interiorización de una interpretación del mundo de manera binaria y jerárquica donde chicas y chicos significan conceptos opuestos pero complementarios.

Igualmente podemos resumir que en el pensamiento de las/os jóvenes se vislumbran cambios en el pensamiento tradicional acerca de las relaciones de poder entre mujeres y hombres. Los valores sexistas, los mandatos de género y los estereotipos son cuestionados, apreciándose la inconformidad, sobre todo por parte de las chicas aunque también en algunos chicos, por esta heteronormatividad. Al mismo tiempo que reconocemos estos cambios que consideramos significativos, vemos como las discriminaciones más sutiles parece que les costó reconocerlas sin una previa explicación. Así es importante ofrecerles un discurso alternativo y feminista desde donde se cuestionen las identidades de género que generan desigualdad.

Finalmente podemos concluir que el número de desventajas es mayor en las mujeres que en los hombres, así en las mujeres se contabilizaron 62 desventajas frente a las 40 de los hombres. Esto nos indica una percepción más negativa por parte de las/os jóvenes ante el hecho de ser mujer. En las ventajas la diferencia no fue tan significativa, contabilizando 51 para las mujeres y 55 para los hombres, aún así las ventajas son mayores en el caso de los varones.

2

El ámbito docente



ENOR 101

El papel que jueguen tanto las madres y los padres como el profesorado en cuanto transmisores de valores igualitarios es, pues, fundamental, para favorecer que sus hijas e hijos desarrollen relaciones afectivas saludables y, por ende, evitar que las primeras sufran a lo largo de su vida episodios de violencia de género. Éste papel será mucho más efectivo si las y los jóvenes reciben un mensaje cohesionado por parte de estos dos agentes de socialización

.

- La prole de estas madres y padres forma parte de una familia transnacional, en la que las relaciones son complejas y a veces frustrantes, pero también en algunos sentidos, enriquecedoras por el reto personal que suponen y la perspectiva que otorgan. No sólo el afecto es transnacional, sino que en algunos casos, una educación “a distancia”.
- Las madres y las familias en general experimentan en España un cambio de dinámicas y roles generalmente impuestos por las circunstancias, que permiten un empoderamiento de la mujer en diversos sentidos. Las hijas de éstas, viven en España situaciones más igualitarias que las que dejaron en sus países de Latinoamérica.
- No obstante este empoderamiento debido básicamente a la independencia económica, se detecta que cierta ideología machista sigue presente en otros ámbitos, que proyectan en sus hijas, como es el de la libertad sexual o la responsabilidad y madurez que se espera de las mujeres de la casa frente al resto de miembros.
- Respecto de las TIC's, las madres consultadas muestran una actitud polarizada, entre el asombro y la aceptación racional de las posibilidades y pragmatismo para relacionarse con gente de otros continentes; y el miedo y el rechazo, provocado por la falta de control sobre lo que hacen sus hijas en las redes y alguna experiencia negativa de índole sexual, vivido o no en primera persona.

En cuanto al profesorado, las entrevistas nos indican que:

- Casi todas las personas consultadas ha detectado sexismo en sus clases o instituto
- Los momentos o manifestaciones más usuales en los que se manifiesta, es en las relaciones de pareja: celos, actitudes posesivas, pero también en el discurso y los comentarios de algunos chicos y en los juegos o deportes.
- Su intervención en casos de sexismo o violencia, generalmente, no está inscrita en una estrategia más global encaminada a la promoción de la igualdad, sino a minimizar o contener sus consecuencias negativas en momentos puntuales.
- A pesar de considerar muy positivas e importantes las iniciativas que fomenten la formación en género del personal docente, sólo una persona ha recibido un curso, y para el resto, sus conocimientos se limitan a “algo he oído”.
- Existe una correlación positiva directa entre formación en género y adecuación de la intervención. Las personas que poseen más formación e interés por fomentar la igualdad entre su alumnado, posee una visión más estratégica de cómo alcanzar cambios estructurales e intenta aplicar la perspectiva de género de manera más transversal, con el ejemplo y no sólo con un discurso políticamente correcto.
- Sólo una minoría de las personas entrevistadas definen de forma aceptable el concepto de violencia de género. Sin embargo, la inmensa mayoría opina que su alumnado sabe a qué se refiere este término.

3

El ámbito asociativo



ENOR 10
2 0 1 3

A mayor formación, mejores prácticas de intervención en género.

Los resultados extraídos de las entrevistas mantenidas ponen de manifiesto la necesidad de seguir trabajando en la articulación de medidas dirigidas a la erradicación de todo tipo de discriminación, haciendo especial hincapié en la formación de profesionales de acción social en la materia.

La mayor parte de las personas entrevistadas consideran que entre la población joven se siguen manteniendo conductas y actitudes sexistas que puede llegar a conducir a la aparición de violencia cuando inician relaciones afectivas. Aunque estas actitudes son mucho más sutiles que en épocas anteriores, siguen presentes en la sociedad y, por tanto, se pone de manifiesto la necesidad de seguir trabajando estas cuestiones con la juventud.

Asimismo, se pone de manifiesto la necesidad de formación que precisan las personas que trabajan en la acción social y con juventud en la materia, ya que es la única forma para poder trabajar estos temas de manera efectiva. Los y las profesionales, en muchos casos, son modelos de conducta para las personas más jóvenes, y su forma de ver y analizar la realidad, desde una perspectiva de género, va a influir significativamente en la asunción de esos valores entre la población joven con la que trabajan.

De su análisis es interesante decir que:

- Siguen detectando en las y los jóvenes con los que intervienen, sobre todo extranjeros de origen magrebí, actitudes machistas preocupantes, que intentan cambiar a través de la aplicación transversal de la perspectiva de género en sus intervenciones. Así como las chicas presentan actitudes más abiertas, los chicos siguen aferrándose a una masculinidad mal entendida y discriminatoria hacia sus iguales chicas.
- La mayor parte de las personas entrevistadas consideran que entre la población joven se siguen manteniendo conductas y actitudes sexistas que puede llegar a conducir a la aparición de violencia cuando inician relaciones afectivas. Aunque estas actitudes son mucho más sutiles que en épocas anteriores, siguen presentes en la sociedad y, por tanto, se pone de manifiesto la necesidad de seguir trabajando estas cuestiones con la juventud.
- Estos profesionales están familiarizados con los conceptos referentes a

la violencia de género, no obstante, una buena parte de la muestra no ha recibido formación ad-hoc sobre ello.

Los y las profesionales, en muchos casos, son modelos de conducta para las personas más jóvenes, y su forma de ver y analizar la realidad, desde una perspectiva de género, va a influir significativamente en la asunción de esos valores entre la población joven con la que trabajan., el 62% de las y los adolescentes preguntados piensa que pasa demasiado tiempo delante de un ordenador (porcentaje ligeramente más acentuado en el caso del alumnado de origen rumano). Prácticamente la totalidad de ellas y ellos utiliza las redes sociales (96%) y el 83% entra todos los días en sus cuentas, haciéndolo el 66% de ellos varias veces al día. En el capítulo de relaciones, abordaremos con más detenimiento el uso que de estas redes hacen.

3

Los medios de comunicación



Además de la familia o la escuela, los medios de comunicación son agentes principales de socialización.

En palabras de Margarita Rivi re (2003: 41): “Los medios, en mi opinión ya no informan o, si lo hacen, ese objetivo resulta secundario. Los medios, aunque no quieran reconocerlo porque seguramente no tienen tiempo de reflexionar, educan.  sa es su misión: la educación permanente de las personas, mediante la creación de preferencias, de valores, de hábitos culturales, de mitos y anti-mitos, de costumbres”.

Estos medios (publicidad, cine, radio, Internet...) no sólo reproducen la ideología androcéntrica imperante en la sociedad, sino que la perpetúan, reduciendo su discurso, en general, a los estereotipos y roles más extremos simplificando la realidad al máximo, por intereses puramente comerciales. El gran atractivo lúdico y visual de estos mensajes, los hace especialmente peligrosos, también por repetitivos.

No es exagerada la preocupación que provoca el reiterado uso en los medios de una imagen cosificada de la mujer –que no es otra cosa que violencia simbólica-, en tanto en cuanto, en un mundo globalmente atravesado por sistema económico basado y sostenido por el consumo, las mujeres representan una mercancía más.

Al visualizar a las mujeres como objetos y no sujetos, se la despoja de sus derechos, convirtiéndose en blanco de dominación y violencia. En este escenario, el consumo de servicios sexuales no es otra cosa que un acto de poder, especialmente marcado por el género: es algo que hacen los hombres como hombres.

Aunque la cosificación de las mujeres es un concepto acuñado durante el feminismo de los años 70, es un fenómeno que, por ser consecuencia directa del sistema androcéntrico, ha tenido diversas manifestaciones según el entorno cultural y la época.

La cosificaci n¹ sexual de las mujeres actualmente en la publicidad, por

¹ La cosificación es el acto de representar o tratar a una persona como a un objeto (una cosa no pensante que puede ser usada como uno desee). La cosificación sexual consiste en representar o tratar a una persona como un objeto sexual, ignorando sus cualidades y habilidades intelectuales y personales y reduciéndolas a meros instrumentos para el deleite sexual de otra persona.

ejemplo, es un hecho sin precedentes, por brutal y generalizado, pero la imagen de la mujer mostrada en las pinturas o esculturas de otras épocas – que ellas no creaban- ya apuntaba al papel a la que éstas quedaban reducidas en el arte: durante la Ilustración Francesa se generó un intenso debate sobre la función de los pechos femeninos. En la obra de teatro de Alexandre Guillaume Mouslier de Moissy de 1771 “La Verdadera Madre”, el personaje principal femenino reprocha a su marido tratarla como un simple objeto de gratificación sexual: “¿Son tus sentidos tan burdos como para considerar estos pechos –respetables tesoros de la naturaleza – como simples adornos, destinados a ornamentar el pecho de las mujeres?”

Naturalmente, estas reflexiones eran una rara avis en las mentalidades de aquella época, pero lamentablemente la falta de visión crítica de sigue siendo lo habitual entre el grueso de la población.

La reducción de las mujeres a mercancías u objetos sexuales es una forma de violencia simbólica que resulta a veces casi imperceptible, que somete a todas las mujeres en su conjunto, a través de la publicidad, las revistas, las series de televisión, las películas, los videojuegos, los videos musicales, las noticias, los realities, etc. y tiene consecuencias muy reales en sus vidas.

Plantamos un reto: responder a siete preguntas sobre un spot. Se trata del “Test del Objeto Sexual” que diseñó la socióloga americana Carolina Heldman Existe cosificación si la respuesta es afirmativa a cualquiera de ellas):

- 1) ¿La imagen muestra únicamente una parte o partes del cuerpo de la persona?
 - 2) ¿Muestra la imagen a una persona sexualizada que actúa como soporte para un objeto?
 - 3) ¿Muestra la imagen a una persona sexualizada que puede ser intercambiada o renovada en cualquier momento?
 - 4) ¿Muestra la imagen a una persona sexualizada que está siendo vejada o humillada sin su consentimiento?
 - 5) ¿Sugiere la imagen que la característica definitoria de la persona es su disponibilidad sexual?
 - 6) ¿Muestra la imagen a una persona sexualizada que puede ser usada como una mercancía o alimento?
 - 7) ¿Trata la imagen el cuerpo de una persona sexualizada como si fuese un lienzo?
-

Viendo, por último, los catálogos de juguetes, es desesperanzador lo poco que han cambiado los juguetes que se producen y regalan a niños y niñas, que desde hace siglos, como los cuentos que les leen, siguen fabricándose en rosa o azul y hablando de princesas y príncipes. A las niñas se les “prepara” a través del juego para ser madres, realizar las tareas domésticas o cuidar su estética, o, como mucho, maestras, enfermeras (las cuidadoras del mundo), mientras que los juguetes para niños están orientados a propiciar destrezas físicas, la fuerza, la astucia y el poder (asociados a veces a la violencia como medio para triunfar).

No consiste tanto en que los niños deban jugar con muñecas y las niñas con coches, como en superar la dualidad tradicional que resulta limitante y artificial e impide que las propias niñas y niños se visualicen a sí mismos en escenarios alternativos futuros, lo que hace más difícil que de adultos tengan una visión crítica de las discriminaciones existentes en la sociedad por razón de sexo y mucho menos un pensamiento igualitario interiorizado.

Organiza:



Financia:

