



Estereotipos de género, educación y comercio sexual

* Cecilia Fernández Viña

PALABRAS CLAVE

Estereotipo
Comercio sexual
Educación
Género

KEYWORDS

Stereotypes
Commercial sex
Education
Gender.

RESUMEN

El principal objetivo de este trabajo es reflexionar sobre cómo la educación reproduce un sistema de relaciones que perpetúa el comercio sexual. Para ello, se han analizado dos documentales en torno a la prostitución, educación y feminismo. Tras su análisis se ha observado que la educación es el sistema en el que se transmiten y perpetúan los estereotipos de género a través de diferentes mecanismos. Por tanto, para interrumpir la perpetuación de los estereotipos de género, la educación es la única forma sostenible y con futuro de erradicar el comercio sexual y, con él, la trata de mujeres y de otras personas con fines de explotación sexual.

Gender stereotypes, education and commercial sex

ABSTRACT

The main objective of this work is to analyze how education reproduces a system of relationships that perpetuates the sex trade. Documentaries about prostitution, education, and feminism have been analyzed, to classify the characteristics and draw conclusions. Education is the system in which gender stereotypes are transmitted and perpetuated through different mechanisms. Therefore, the main conclusion drawn has been that by interrupting the perpetuation of gender stereotypes and changing education, it is the only sustainable and future-proof way to eradicate the sex trade, and, with it, the trafficking of women and other people for sexual exploitation.

Introducción

En nuestra sociedad creemos estar informados de lo que ocurre a nuestro alrededor, pero realmente escapan de nuestro conocimiento infinidad de realidades, como puede ser el machismo, sexismo y muchos otros comportamientos de la sociedad patriarcal en la que vivimos, que implican que muchas mujeres sufren situaciones de inferioridad o discriminación. Al año, podemos

ver muchas noticias de mujeres asesinadas debido a la violencia de género. Y en otros casos, aunque menos comunes, podemos ver noticias sobre cómo muchas mujeres son víctimas de trata de seres humanos.

“1.400.000 mujeres y niñas son expulsadas de sus entornos familiares y culturales y arrojadas a otros contextos para que los varones de todos los estratos sociales puedan acceder sexualmente a sus cuerpos” (Cobo, 2017, p. 135). Realmente, se producen

Universidad de Oviedo

Autora de correspondencia: * Cecilia Fernández Viña ; cecivf13@hotmail.com

Recibido: 29/07/2020 – Aceptado: 30/03/2021

Revista de Formación del Profesorado e Investigación Educativa

Facultad de Formación del Profesorado y Educación

Universidad de Oviedo

Julio - Diciembre 2020

ISSN: 2340-4728



muchas más situaciones de trata y de prostitución de las que nos muestran los medios de comunicación, pero mucha de esa información no llega a nosotros ni a nosotras debido a que se oculta detrás de mafias y redes de prostitución.

La trata hunde sus raíces en un sistema cultural de desigualdad. Este se reproduce mediante los estereotipos de género adquiridos a través de la educación, en la que aprendemos a comportarnos de diferentes formas, dependiendo de si se nos asigna al género masculino o al femenino. Adquirimos una identidad que dependerá de nuestro género asignado, generalmente, en función del sexo biológico. A los hombres, la mayoría de las veces, se les atribuyen características de fuerza y superioridad, mientras que, a las mujeres, se las relaciona con aspectos vinculados con la belleza o la debilidad, por ejemplo.

Así, en este trabajo se quiere realizar una aportación para responder a la pregunta de cómo la educación reproduce un sistema de relaciones entre hombres y mujeres que, a su vez, perpetúa el fenómeno de la prostitución y el comercio sexual, incluyendo la trata de seres humanos con fines de explotación sexual.

Para realizar este acercamiento, se desarrolló el análisis de dos documentos audiovisuales realizados por Núria Güell y que están siendo objeto de exposición y debate en diversos museos e instituciones. Son documentos que no están aún accesibles al público en general, pero se solicitó permiso especial a la autora para trabajar sobre ellos a fin de ofrecer una respuesta más completa al objetivo del trabajo.

Estereotipos de género y comercio sexual

Los estereotipos de género se definen como las “creencias consensuadas sobre las diferentes características de los hombres y las mujeres en nuestra sociedad” (Del Olmo, 2005, p. 4).

Por otro lado, Rodríguez (2011) sistematiza estos estereotipos y roles de género en dos grandes leyes: una que rige para el género masculino, la Ley del Dominio, y otra que rige para el género femenino, la Ley del Agrado. Estas leyes se interiorizan a través de la educación y son en virtud de las que se juzgan los comportamientos de hombres y mujeres, y, más importante aún, según las que cada mujer o cada hombre evalúa su propio comportamiento y construye, así, su identidad y su autoestima.

Son los hombres los que ejercen su superioridad en conductas de dominio sobre las mujeres. Mediante estos comportamientos refuerzan su masculinidad.

En la Ley del Dominio se manifiestan los comportamientos de superioridad y dominio de los hombres sobre las mujeres (Simón, 2011). Es un mandato o ley de excesos, ya que adaptarse a ella supone imponer la masculinidad hegemónica. Hay que añadir que los estereotipos de género percibidos en los hombres se ajustan a los aspectos de esta ley.

En la Ley del Dominio se clasifican los estereotipos de género percibidos en los hombres. Dentro de esta ley existen cuatro roles:

- Rol del Rey

Superiores. El hombre adquiere superioridad al conseguir prestigio social en su puesto de trabajo, riqueza y la dominación sobre la mujer en las relaciones sexuales.

Necesidad de halagos. En este rol el hombre espera actos serviles y sumisos de la mujer, sobre los que refuerza su superioridad.

Egoístas. En el rol del Rey se impone la superioridad, mediante el sometimiento de la mujer. El hombre no se preocupa por la situación de discriminación en la que se sitúa la mujer.

- Rol del Mago

Egoístas. En este rol el hombre es el sabio y culto. Los hombres son los que destacan en las esferas importantes en la sociedad adquiriendo prestigio social.

Superiores. Mediante el reconocimiento social que reciben los hombres refuerzan su superioridad.

Competitivos. En este rol los hombres deben ser los mejores en todos los aspectos de su vida. Tienen la característica de ser las personas más cultas y sabias.

- Rol del Guerrero

Inseguros. En este rol se realizan conductas autodestructivas para demostrar fuerza y valentía. Los hombres realizan estas conductas para reforzar su masculinidad.

Violentos. Las conductas violentas refuerzan la superioridad y la autoridad de los hombres sobre las mujeres.

Competitivos. En este rol los hombres compiten para demostrar ser los más fuertes y los más valientes.

- Rol del Amante

Dominantes. En este rol se ejerce un control sexual sobre el cuerpo de la mujer, en el que el hombre impone su dominio y autoridad. Los varones torturan, violan, cambian a las mujeres unas por otras para demostrar su dominio sobre ellas.

Exhibicionistas. En este rol se ejerce un dominio sobre la mujer para reforzar la masculinidad. Principalmente ocurre en las esferas públicas.

Por tanto, se extrae la conclusión de que los estereotipos de género de los hombres encajan con las características de los puteros.

Por otro lado, en La Ley del Agrado se clasifican los estereotipos de género percibidos en las mujeres. Dentro de esta ley se desarrollan cuatro subtipos.

- Ley del detalle

Cosificadas. En este mandato las mujeres son las que se ocupan de los detalles, de la moda, de la estética. Además, también atienden a los caprichos del hombre. Deberán cuidar su cuerpo para responder a los modelos impuestos, los cuales dependen de la aprobación del hombre.

Compasivas. En este mandato son las mujeres las que aportan la sensibilidad, deben ser atentas y detallistas en los cuidados de los varones.

- Ley de la Laboriosidad

Esforzadas. Las mujeres sufren estrés debido a las situaciones a las que están sometidas. Es decir, deben realizar la crianza, las tareas del hogar, tener un puesto de trabajo sin apenas tiempo para ellas mismas.

- Ley del cuidado

Conformistas. En este mandato se manifiestan las características de reproducción en la mujer y cuidado del hombre en las consecuencias de sus conductas violentas. La mujer cree que tiene conductas innatas como la crianza o realizar las labores del hogar. Este es un pensamiento que justifica la situación de desigualdad. Aceptan su situación.

Pacientes. Las mujeres se deben mostrar pacientes y sumisas. Ellas han aprendido a depender de la opinión del varón, deben agradarle y ser serviles.

- Ley de la entrega

Compasivas. Las mujeres han aprendido a que la llegada de un hombre en sus vidas les dará seguridad y un estatus. Por ello, en este mandato las mujeres realizan un apoyo y apego continuo al hombre.

Baja autoestima. No se sienten completas si no tienen un hombre a su lado que las proteja y las acompañe. De esta forma, son consideradas débiles e inferiores al hombre porque dependen de su aprobación.

La trata de personas

La trata es la captación, transporte y la recepción de personas, utilizando diversas formas de coacción como el abuso de poder de una situación de vulnerabilidad. En este proceso los proxenetas obtienen un beneficio económico al vender los cuerpos de las personas y consiguen el consentimiento de tener autoridad sobre ellas para ejercer la explotación (APRAMP, 2011, p. 27).

La trata se produce debido a la economía capitalista donde los proxenetas y las redes de trata obtienen un beneficio económico. Además, en el turismo sexual y en la trata de mujeres con fines de explotación sexual, muchas empresas, mafias y proxenetas deslocalizan sus negocios a otros países para no tener que pagar impuestos.

Otro gran pilar en el que se fundamenta el comercio sexual es la cultura patriarcal donde se dan relaciones de desigualdad. Los cuerpos de las prostitutas son los que están sometidos a una situación de compraventa, mientras que los varones, mayoritariamente, controlan el proceso de compra-venta.

El Informe Anual sobre Trata de Personas del Departamento de EE. UU. refleja que entre 600.000 y 800.000 personas cruzan las fronteras internacionales como víctimas de trata y el 80% son mujeres (citado en APRAMP, 2011, p. 62).

Además, la trata con fines de explotación sexual es la que más se produce y, en ella, el 98% de víctimas son mujeres APRAMP (2011, p. 63). Por otro lado, respecto a la prostitución, España es el segundo país con el mayor número de hombres que han pagado por sexo alguna vez (entre el 27% y el 39%) (Geoffroy et al. 2011, citado en Ranea 2016, p. 14).

Por último, hay que añadir que las formas de posicionarse en la prostitución son (Villa, 2010, p. 159-171):

- La primera es la reglamentarista (regulacionista) que se define como el modo de prostitución que se reconoce como una actividad laboral, donde las prostitutas deben tener derechos y no ser discriminadas.
- La segunda es la prohibicionista, entendiendo la prostitución como un modo de delincuencia. En esta postura se considera a la prostituta como delincuente.
- Por último, se contempla la posición abolicionista considerando que toda forma de prostitución es una explotación del cuerpo y de la dignidad de la persona. Por ello, en esta última posición se considera necesario terminar con la prostitución y con los que se benefician de la misma.

Desde el punto de vista feminista se plantean dos posturas respecto a la prostitución: la abolicionistas y la regulacionista (Varela, 2008).

Las posturas feministas no contemplan la posición prohibicionista porque no se considera a la prostituta como delincuente, sino como una persona sometida a abusos sexuales en la prostitución.

Objetivos

La finalidad del trabajo es analizar diferentes dimensiones del comercio sexual. Y en concreto:

- Estudiar la magnitud del problema del comercio sexual y cómo la trata de mujeres con fines de explotación sexual es un producto lógico de una sociedad capitalista y patriarcal.
- Analizar las características de los puteros y las prostitutas en la prostitución
- Estudiar cómo los estereotipos de género se manifiestan en los puteros, las prostitutas y las relaciones entre ambos.
- Analizar cómo los estereotipos de género se transmiten a través de la educación formal e informal y sostienen, como consecuencia, las relaciones de dominio que hacen posible el comercio sexual.

Metodología

La metodología de estudio se centra en el análisis documental. Es decir, la literatura se revisa para saber en qué aspectos profundizar en los documentales. Concretamente, se desarrolló un análisis en profundidad de dos documentales de Núria Güell. De ambos documentos audiovisuales se extraen las características de los puteros, de las prostitutas y de las relaciones entre ambos. Para llevar a cabo el análisis de estos documentales se llevaron a cabo las siguientes fases:

1º. Visualización de los documentales.

2º. Identificación de las características de los puteros y de las prostitutas. En la segunda visualización se anotan las características de los puteros y de las prostitutas percibidas en los documentales.

3º. Análisis de las características de los puteros y de las prostitutas. En la tercera visualización se determinan las características de los puteros y de las prostitutas. Se extraen las frases de las prostitutas y se relacionan con las características identificadas anteriormente.

4º. Repaso. Por último, se realiza un repaso de los datos que se han analizado para poder identificar y corregir posibles errores.

- A continuación, se pusieron en relación las características analizadas en los documentales con los estereotipos de género percibidos en hombres y mujeres según la clasificación de la Ley del Agrado y Ley del Dominio de Simón (2011), para poder concluir que las características de los puteros y las prostitutas encajan con los estereotipos de género manifestados en los hombres y las mujeres, los cuales refuerzan las relaciones de desigualdad.

- Por último, se estudió cómo los estereotipos de género se transmiten a través de los diferentes ámbitos de la educación. Se analizó la educación formal e informal y cómo se manifiestan los diferentes estereotipos de género en ella.

Resultados

A continuación, se desarrollan y analizan las características y comportamientos que tienen las prostitutas y los puteros en la prostitución. Para realizarlo se han analizado los siguientes documentos audiovisuales: los documentales "De putas" y "Una película para Dios", ambos realizados por Núria Güell.

1. Las características y estereotipos de género de los puteros y las prostitutas en la prostitución

En este apartado se comenzará analizando las características que tienen los puteros en la prostitución, desde la perspectiva de las prostitutas. Los puteros y las prostitutas desempeñan roles diferentes en la prostitución, y en los documentales de Güell (2018), se pueden analizar las diferentes características de las prostitutas y los puteros.

Así, los resultados obtenidos revelan que los puteros percibidos por las prostitutas son:

- **Inseguros.** La sociedad espera de ellos un comportamiento con características de superioridad y valentía. Si no cumplen estas condiciones pueden ser discriminados. En el documental se muestra cómo los puteros tienen miedo de no quedar bien sexualmente, de no ser los superiores.
- **Egoístas.** Los puteros solo piensan en sí mismos. En la prostitución, la prostituta sirve al putero en sus necesidades sexuales, ese es su fin. Todo gira entorno al putero.
- **Dominantes.** Los puteros ejercen el control sexual sobre el cuerpo de la prostituta, haciendo lo que desean con él.
- **Violentos.** A través de los actos agresivos los puteros ejercen su autoridad sobre la prostituta adoptando un rol de superioridad.

- **Competitivos y exhibicionistas.** Los puteros deben ser los mejores en todo lo que hagan para sentirse superiores y poderosos, alimentando su autoestima. También son exhibicionistas porque en los puticlubes refuerzan su superioridad al dominar a la prostituta delante de su grupo de iguales.

Las prostitutas se vivencian así mismas como:

- **Conformistas.** Aceptan la situación de inferioridad en la que viven, y en muchos casos, justifican que el hombre necesita de la prostitución para satisfacer sus necesidades sexuales.

- **Esforzadas.** En la prostitución las prostitutas son las que satisfacen los deseos sexuales del putero, las que escuchan sus problemas, mientras el putero muestra una actitud pasiva.

- **Compasivas.** Las prostitutas se preocupan por los problemas y las necesidades sexuales de los puteros.

- **Cosificadas.** Las prostitutas son consideradas un objeto que adquiere más valor si el putero aporta una mayor cantidad de dinero. En la prostitución se valora más a una prostituta si es joven y atractiva.

- **Pacientes.** Las prostitutas están dispuestas a esperar a que el putero acuda a ellas. Siempre están a disposición del putero. Muestran actitud paciente, sumisa y servil.

- **Baja autoestima.** El putero considera a las prostitutas como un objeto para satisfacer sus necesidades sexuales. Las prostitutas no tienen valor en la sociedad, se sitúan en el escalón más bajo de la escala social.

La prostitución, por tanto, implica relaciones de dominio de los hombres sobre las mujeres, especialmente manifestadas en el encuentro sexual, que se convierte en un instrumento de dominio de los hombres para afirmar su masculinidad.

2. Estereotipos de género en la educación formal e informal

De igual modo, tras analizar los documentales anteriormente mencionados y la literatura de referencia al respecto, se identifica que en la educación formal se reproducen los estereotipos de género a través de los siguientes mecanismos:

- **Currículo.** Rodríguez y Peña (2006, p. 172) explican que en el currículo escolar no aparecen aportaciones femeninas, sino que estas han sido arrinconadas debido al papel central que ocupa el sexo masculino con su saber.

- **Libros de texto.** Son los hombres los que aparecen representados en los libros de texto, reconocidos por su conocimiento, sus descubrimientos y sus hazañas (Rodríguez y Peña, 2006, p. 172).

- **Tiempos y espacios.** Cuando los niños juegan ocupan la mayor parte del espacio, es decir, cuando juegan al fútbol ocupan la mayor parte del patio, mientras que las niñas suelen permanecer en las periferias del patio (Rodríguez y Peña, 2006, p. 172). Ellas no reivindican más espacio para el desarrollo del juego, aceptan el que les ha tocado. Además, cuando se desarrolla un juego entre niños y niñas, son ellos los que imponen las reglas del juego, ellas las aceptan. Los niños adquieren el papel central en el juego, son los "héroes", los que "salvan" a las niñas.

- **Modelos.** El profesorado establece con el alumnado un trato diferente dependiendo de si son chicas o chicos. Es decir, un adjetivo no adquiere el mismo significado si se asigna al sexo masculino que si se nombra al femenino. Por tanto, dependiendo del género unos comportamientos serán correctos, pero otros no. "Se transmiten unos códigos sociales que comunican mensajes sobre los comportamientos correctos y adecuados para cada género" (Rodríguez y Peña, 2006, p. 173). Y en lo que se respecta a la educación informal se reproducen los estereotipos de género a través de los siguientes mecanismos:

En el ámbito familiar, para las mujeres son labores innatas la realización de las tareas domésticas, la crianza de los hijos e hijas y realizar los cuidados necesarios al varón, como satisfacer sus necesidades sexuales (Guerra, 2009, p. 3-5). En la sociedad ac-

tual, las mujeres continúan realizando estas tareas domésticas y de crianza, pero además se forman y tienen un empleo. Apenas consiguen tiempo para ellas mismas, sino que lo dedican al cuidado de otras personas, especialmente del hombre. De esta forma, el hombre ejerce su superioridad sobre la mujer que ha sido aleccionada para que sea sumisa, servil y leal. Además, en las tareas del hogar el hombre adquiere una actitud pasiva, apenas colabora y si lo hace se considerará una ayuda a la mujer. Estos estereotipos de género son transmitidos a los hijos e hijas a los que se les exige en función de su género unas tareas u otras.

En los medios de comunicación, en la mayoría de las películas las mujeres adquieren el rol de madre, cuidadora, seductora y entregada a su marido. En la publicidad a las mujeres se les muestran modelos a seguir, por ejemplo, ser atractivas y satisfacer las necesidades sexuales de los hombres (Cobo, 2017, p. 91).

En los anuncios publicitarios es el hombre el que aparece como actor principal, mientras que las mujeres son las que, de forma sumisa y servil cumplen sus deseos (Aznar & Fernández, 2004, p. 123). Las mujeres aparecen en los anuncios publicitarios con un cuerpo atractivo para seducir al hombre.

Por otro lado, en la pornografía también se destacan aspectos de dominación del hombre sobre la mujer. Los deseos sexuales del hombre son los visibles en la pornografía y es la mujer los que los satisface (Cobo, 2017, p. 91). La mujer solo es un medio para cubrir las necesidades del hombre. Además, el hombre ejerce la violencia en la mujer mostrándose superior y esta acepta la violencia sobre su cuerpo. Mientras que el hombre remarca su masculinidad hegemónica en los actos como la violencia o la fuerza, la mujer se sitúa en una posición inferior y desprestigiada, humillante.

Conclusiones

El comercio sexual es una realidad en nuestra sociedad que perpetúa la desigualdad entre hombres y mujeres y produce la aberración de la trata de seres humanos con fines de explotación sexual, lo que es el esclavismo moderno.

En el comercio sexual las mujeres son sometidas al dominio de los hombres. Son las mujeres las que sufren la trata en muchas partes del mundo. En cambio, los hombres son los que han adquirido los privilegios para ejercerla, ya sea mediante la figura del proxeneta o del putero.

Esta situación provoca en las mujeres una posición de esclavitud, ya que en el comercio sexual son humilladas, consideradas como inferiores, abusadas física, sexual y mentalmente, adquieren la característica de ser objetos de compraventa, etc.

El comercio sexual tiene dos grandes pilares sobre los que se sostiene la cultura patriarcal y el capitalismo. La primera pertenece a la parte cultural, mientras que la segunda es la económica que tiene un gran peso en esta actividad.

En la cultura patriarcal las personas aprendemos comportamientos de sumisión o dominación para adaptarnos a los estándares impuestos de feminidad y masculinidad. Los hombres son los que aprenden a ser dominantes y superiores a las mujeres, mientras que las mujeres deben ser sumisas y son inferiores al hombre, permanecen en un segundo plano y dependen de la aprobación del varón.

Por otro lado, se encuentra el segundo pilar fundamental que sostiene el comercio sexual, el capitalismo. En la economía capitalista se promueve una sociedad fundamentada en el consumismo, donde los productos adquiridos pierden su valor en un corto periodo de tiempo para que adquiramos otros nuevos. En la trata, las mujeres son consideradas objetos de compraventa, los puteros demanda mujeres jóvenes (características del consumismo) para satisfacer sus deseos sexuales de forma egoísta y a cambio de una cantidad de dinero.

En de las redes de trata, son los proxenetes los que obtienen beneficio a cambio de vender a las prostitutas. Por tanto, es

la prostituta la que se encuentra situada en el comercio sexual como el objeto que sirve al hombre. Los puteros ejercen su masculinidad hegemónica para que la prostituta ocupe una posición de inferioridad.

Respecto a las diferentes posturas feministas en la prostitución, destacan la reglamentista y la abolicionista buscando en ambas posiciones la libertad y la mejora de las condiciones de vida de las mujeres. Pero esto no se consigue únicamente con la regulación de la prostitución, ya que las conductas que se dan en la prostitución refuerzan las relaciones de dominio y estas sitúan a la mujer en una posición inferior al hombre. Por tanto, solo se conseguiría con la posición abolicionista, terminar con las relaciones de dominación y sumisión dadas en la prostitución, porque en el comercio sexual es la prostituta la que sirve al hombre, la posición de la prostituta está subordinada a las necesidades sexuales del hombre para satisfacerlas.

En las relaciones que se establecen en el comercio sexual las mujeres son consideradas objetos de compraventa. Los puteros las eligen ejerciendo un dominio y superioridad sobre ellas. A consecuencia de ello, las prostitutas se sitúan en una posición inferior, desprestigiada y humillante. Por tanto, se establecen relaciones de desigualdad donde el putero ejerce el dominio sobre la mujer mediante las relaciones sexuales para reforzar su masculinidad. Mientras, la prostituta se sitúa en una posición de inferioridad, debe ser sumisa y llevar a cabo actos serviles hacia el putero. Las prostitutas se sitúan en el escalón más bajo de la escala social y eso contribuye a que su autoestima sea baja y a su posición de inferioridad.

Las características de los puteros son la dominación, la superioridad, la competitividad, la realización de actos violentos, la inseguridad, el egoísmo, la egolatría y la necesidad de halagos. Estas características refuerzan su masculinidad hegemónica.

Por otro lado, las prostitutas se caracterizan por la compasión, la paciencia, ser conformistas, el esfuerzo, ser detallistas, la inferioridad y tener un cuerpo atractivo, el cual es hipersexualizado. Estas características en las mujeres refuerzan su feminidad y la posición de inferioridad desde la que deben servir las necesidades del hombre.

Así, la prostitución implica relaciones de dominio de los hombres sobre las mujeres, manifestadas en el encuentro sexual, que se convierte en un instrumento de dominio de los hombres para afirmar su masculinidad.

El comercio sexual únicamente tiene justificación y sentido en el seno de unas relaciones de desigualdad marcadas por los estereotipos de género; es decir, el hombre para sentirse aceptado socialmente necesita dominar y la mujer, para sentirse aceptada socialmente depende de la mirada del hombre.

En la Ley del Agrado se refleja cómo se refuerza la posición de sumisión, servil e inferior que sufren las mujeres y en la Ley del Dominio se refleja cómo se refuerza la masculinidad que ejercen los hombres, situándose en una posición de superioridad. Estos dos mandatos encajan en las características de las prostitutas y los puteros.

Por tanto, son los puteros quienes ejercen la masculinidad hegemónica para mantener su superioridad y dominio sobre la prostituta, mientras que esta, se sitúa en una posición de inferioridad. La posición de la prostituta se encuentra en un segundo plano, donde sus funciones serán servir y agradar al hombre. La prostituta se sitúa en posición de subordinación al putero donde sus funciones y gustos dependen de las necesidades y de la aprobación del género masculino. La mujer existe por y para el hombre.

La educación es el sistema en el que se transmiten y perpetúan los estereotipos de género a través de diferentes mecanismos. En la educación formal, se transmiten a través de: el currículo, los libros de texto, los tiempos y espacios que ocupan los niños y las niñas y los modelos que imponen los docentes. En todos estos mecanismos es el niño quien adquiere la mayor importancia. Además, las conductas que desarrollan los niños y las niñas toma-

rán un significado diferente según el género al que pertenezcan, por lo que, los niños aprenderán a ser fuertes y valientes, mientras que las niñas serán las sumisas y tiernas que acepten las normas impuestas por el género masculino.

En la educación informal, se transmiten los estereotipos de género a través del ambiente familiar y los medios de comunicación, entre otros. Los estereotipos de género transmitidos en la familia serán que la mujer deberá servir al hombre y ocuparse de la crianza de los hijos e hijas, además de las tareas del hogar. Actualmente, las mujeres también desarrollan un empleo y esta actividad se les suma a las tareas anteriormente mencionadas que también deben realizar, mientras el hombre solo debe dedicarse a su empleo y su tiempo de ocio, las mujeres apenas tienen tiempo para ello.

Es, por tanto, que la mujer está sometida a satisfacer las necesidades y los deseos del hombre. Mientras que este tiene una actitud pasiva, es la mujer la que debe esforzarse para servirle.

En los medios de comunicación, los estereotipos de género transmitidos serán los siguientes. La mujer vuelve a ser sometida a la mirada del hombre, a su aprobación. Ella debe tener un cuerpo atractivo para agradar al hombre y, también, debe satisfacer sus deseos sexuales sin tener en cuenta los propios. Es por ello, que el hombre ejerce un control sexual sobre el cuerpo de la mujer, demostrando su dominio y su superioridad.

Por tanto, la mujer desarrolla sus funciones para satisfacer al hombre quien está situado en una posición de superioridad ejerciendo su masculinidad hegemónica.

Todos estos estereotipos de género transmitidos a través de los diferentes ámbitos de la educación perpetúan las relaciones de dominio, esto es, sostienen la masculinidad hegemónica del hombre y la posición de inferioridad en la que se sitúa la mujer.

Por tanto, interrumpir la perpetuación de los estereotipos de género y cambiar la educación, es la única forma sostenible y con futuro, de erradicar el comercio sexual, y, con él, la trata de mujeres y de otras personas con fines de explotación sexual.

Agradecimientos

Este trabajo no ha recibido financiación de ninguna entidad, organismo o agencia.

Referencias

- Alba, S. y Fernández, C. (2010). *El Naufragio del Hombre*. Editorial Hiru.
- APRAMP. (2015). *La prostitución. Claves para reflexionar sobre un problema*. APRAMP. <https://apramp.org/download/la-prostitucion-claves-para-reflexionar-sobre-un-problema/>.
- APRAMP. (2011). *La trata con fines de explotación sexual*. APRAMP.
- APRAMP. (2005). *Cómo proteger y asistir a las víctimas de trata con fines de explotación sexual*. Manual de cooperación de con autoridades, profesionales y otras entidades. Ibooks Author.
- APRAMP. (2018). *Memoria anual de actividades. Ejercicio 2018*. APRAMP.
- Aznar, I. y Fernández, F. (2004). Adquisición de estereotipos sexuales a través de los medios de comunicación. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 23, 121-123.
- Baena, A. y Ruiz, P. J. (2009). Tratamiento educativo de la coeducación y la igualdad de sexos en el contexto escolar y en especial en educación física. *Aula Abierta*, 37(2), 111-122.
- Beauvoir, S. (1949). *El Segundo Sexo*. Francia.
- Betancur, C. y Martín, A. F. (2011). Cuerpo, comercio sexual, amor e identidad. Significados construidos por mujeres que practicaron la prostitución. *Revista CES Psicología*, 4(2), 32-51.
- Cobo, R. (2017). *La prostitución en el corazón del capitalismo*. Catarata.
- Colás, P. (2017). La construcción de la identidad de género: Enfoques teóricos para fundamentar la investigación e intervención educativa. *Revista de educación educativa*, 25(1), 151-166.

- Cruz, M. R. (2004). Hacia la igualdad de las mujeres: De la Tradición a la Coeducación. *XXI Revista de educación*, 6, 97-109.
- Daich, D. (2012). ¿Abolicionismo o reglamentarismo? Aportes de la antropología feminista para el debate local sobre la prostitución. *RUNA*, 33(1), 71-84.
- Del Olmo, M. (2005). Prejuicios y estereotipos: un replanteamiento de su uso y utilidad como mecanismos sociales. *Revista de educación. Departamento de antropología*, 7(20), 13-23.
- Díez, E. J. (2009). Prostitución y Violencia de Género. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 24(4), 1-4.
- Elizalde, R. M. (2014). ¿Crimen o castigo?, tres mitos acerca del comercio sexual. Un acercamiento desde el caso cubano. *Revista Sexología y Sociedad*, 8(21), 1-7.
- Freixas, A. (2001). Entre el mandato y el deseo: la adquisición de la identidad sexual y de género. En *La Educación de las mujeres: nuevas perspectivas* (pp. 23-31). Secretaría de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- Garaizábal, C. (2001). *Una Mirada Feminista a la Prostitución*. https://www.academia.edu/download/57282929/Una_mirada_feminista_a_la_prostitucion.pdf.
- Gimeno, B. (2008). La prostitución: aportaciones para un debate abierto. *Revista transversales*. <https://e-mujeres.net/wp-content/uploads/2016/07/Beatriz-Gimeno.pdf>.
- Gómez, M. V. (7 de marzo de 2018). Una mujer gana un 13% menos que un hombre en trabajos similares. *El País*. https://elpais.com/economia/2018/03/06/actualidad/1520362982_401961.html?rel=mas.
- González, B. (1999). *Los estereotipos como factor de socialización en el género*. *Comunicar*, 12, 78-88.
- Güell, N. (Productora). (2018a). *De Putas. Un ensayo sobre la masculinidad*. [Vídeo]. <http://www.vimeo.com/>.
- Güell, N. (Productora). (2018b). *Una Película de Dios*. [Vídeo]. <http://www.vimeo.com/>.
- Guerra, L. (2009). Familia y heteronormatividad. *Revista Argentina De Estudios De Juventud*, 1(1), 1-17.
- Instituto Nacional de Estadística. (2020). *Tasa de empleo según de edad*. Instituto Nacional de Estadística. <https://www.ine.es/up/pV4mfkhi2>.
- Instituto Nacional de Estadística. (2019). *Personas con empleo, tiempo medio dedicado a las distintas actividades*. Instituto Nacional de Estadística. https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925472488&p=%5C&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout¶m1=PYSDetalle¶m3=1259924822888.
- Lagarde, M. (1996). La multidimensionalidad de la categoría género y del feminismo. *Metodología para los estudios de género*, 49- 70. <https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/26675c0043f7b1eeb6c5b7009dcdcf12/5.+La+multidimensionalidad+de+la+categor%C3%ADA+g%C3%A9nero+y+del+feminismo+.pdf?MOD=AJPERES>
- López, M.T. (2002). De Simone de Beauvoir a Judith Butler: el género y el sujeto. *Instituto de Investigaciones Feministas*, 37,101-107.
- Menéndez, C. (2016). *Género y Educación. Unidad didáctica 1* (material de la asignatura Promoción de Igualdad de Género). IES nº1, Gijón, Asturias. <https://alojaweb.educastur.es/web/iesn1/promocion-de-igualdad-de-genero>
- Meneses, C. y Guindeo, L. (2015). ¿Cómo afecta la crisis económica al contexto de la prostitución de calle? *Cuadernos de Trabajo Social*, 22, 155- 170. <https://doi.org/10.14198/ALTERN2015.22.09>
- Meneses-, C., Uroz-Olivares, J. y Rúa-Vieites, A. (2017). Flyers y anuncios de servicios sexuales en Madrid. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 145-164. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1158>.
- O.I.T. (2005). *Una alianza global contra el trabajo forzoso* (nº 93). <https://www.ilo.org/public/spanish/standards/relm/ilc/ilc93/pdf/rep-i-b.pdf>.
- ONUDD (4 de febrero de 2019). *La UNODC presentó el Informe Global de Trata de Personas 2018, con énfasis en Sudamérica*. ONUDD. <https://www.unodc.org/bolivia/es/La-UNODC-presento-el-Informe-Global-de-Trata-de-Personas-2018-con-enfasis-en-sudamerica.html>.
- Ranea, B. (2016). *¿Por qué los hombres jóvenes consumen prostitución? Estudio exploratorio sobre la construcción de la masculinidad en relación a la prostitución femenina*. [Estudio Exploratorio, Instituto Aragonés de la Mujer y Universidad de Zaragoza]. https://observatorioigualdad.unizar.es/sites/observatorioigualdad.unizar.es/files/users/obsigu/1o_premio._hombres_jovenes_y_prostitucion_beatriz_ranea_v_01.pdf.
- Rocha- Sánchez, T.E. y Díaz- Loving, R. (2005). Cultura y Género: Una brecha ideológica entre hombres y hembras. *Anales De Psicología*, 21(1), 42-49. <https://revistas.um.es/analesps/article/view/27111>.
- Rodríguez, M. C. (2003). *La configuración del género en los procesos de socialización*. KRK.
- Rodríguez, M.C. y Peña, J.V. (2006). Identidad de género y contexto escolar: una revisión de modelos. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 30(112), 165-194. <https://www.ingentaconnect.com/contentone/cis/reis/2005/00000112/00000001/art00005?crawler=true>.
- Ruiz, M.C. (2008). Migración transfronteriza y comercio sexual en Ecuador: condiciones de trabajo y las percepciones de las mujeres migrantes. En G. Herrera & J. Ramírez (Ed.), *América Latina migrante: Estado, familias, identidades* (pp. 200-221). FLACSO, Sede Ecuador.
- Sánchez, E. (2013). La prostitución desde una perspectiva de género. *II Xornada de Innovación Educativa en Xénero. Docencia e Investigación*, (pp. 241- 258). Unidad de Igualdade. Universidad de Vigo. https://www.uvigo.gal/sites/default/uvigo/DOCUMENTOS/igualdade/Libro_de_actas_II_Xornada_de_Innovacion_Educativa_en_Xxnero_con_portada_.pdf#page=243.
- Simón, M. E. (2011). *La igualdad también se aprende. Cuestión de coeducación*. Narcea, S. A. de ediciones.
- Varela, N. (2008). *Feminismo para principiantes*. EdicionesB.
- Villa, E. (2010). Estudio antropológico en torno a la prostitución. *Revista Sicielo*, 17(49), 1-23.