

Colección Pedagógica Universitaria

No. 40
julio-diciembre 2003

¿Cómo sensibilizar estudiantes por género? Medidas y resultados de acciones realizadas en la Facultad de Medios Digitales de la Escuela Superior de Tecnología de Furtwangen, Alemania

Irmtraud Munder

Department of Digital Media
Furtwangen University of Applied Sciences

I Introducción

Debió transcurrir mucho tiempo para que se comprendiera que el sexo y el género desempeñan un papel importante en muchos aspectos de la vida, tanto en la elección de la pareja como en la selección del área de estudios. Una tarea importante para los estudios de género y la política de género también consiste en analizar la influencia del género sobre las diversas áreas de la vida, las públicas y las privadas. Por ejemplo, la investigación histórica se ha dedicado en las últimas décadas a rescatar el aporte de las mujeres en la evolución social; y por otra parte, previamente a la promulgación de las nuevas leyes de la Unión Europea, éstas deben pasar por un proceso de *gender impact assessment*¹ en el que se analiza la concordancia con los objetivos del *gender mainstreaming*.²

La influencia del género se está discutiendo intensivamente en disciplinas como psicología, sociología y arte. La discusión sobre la importancia del género todavía no ha alcanzado a todas las disciplinas: las ciencias naturales y la ingeniería se consideran, hasta ahora, como más o menos neutrales con respecto al género.

¿Cómo sensibilizar estudiantes por género?

Uno de los objetivos de nuestro proyecto a elaborar es determinar en qué parte de la formación de ingenieros e informáticos el género desempeña un papel importante para ambos sexos, y sensibilizar a los estudiantes y docentes sobre los efectos del género. Nuestro procedimiento, los razonamientos subyacentes y los primeros resultados quiero exponerlos con la ayuda de una clase de “concepción de medios” en la Facultad de Medios Digitales de la Escuela Superior de Tecnología de Furtwangen (FHF), Alemania.

Para hacer entender el concepto y los resultados de las investigaciones, voy a explicar ampliamente, en el segundo apartado, el contexto sobre la relación de género y tecnología, así como el trabajo pagado de las mujeres en Alemania. En el tercer apartado se presenta a la FHF, su Centro de Estudios de Género y el concepto general de las investigaciones. Las medidas concretas adoptadas en la facultad de Medios Digitales están representadas en el cuarto apartado. El último, se dedica a la interpretación de los resultados y la perspectiva de las interrogantes futuras.

II Marco de las condiciones

Nuestro proyecto es financiado por el estado Baden-Württemberg y forma parte del esfuerzo por institucionalizar los estudios de género en este estado. La preocupación por el género y la relación entre género y tecnología no se originó por una necesidad intrínseca, sino debido a la presión externa, ante todo de la Unión Europea. Para entender las investigaciones y sus objetivos vale la pena echar una mirada a los marcos de condiciones a nivel europeo y nacional.

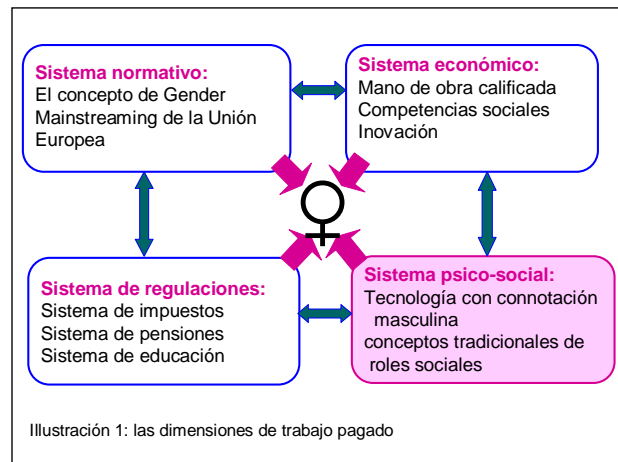
II.1 El marco europeo

El tratado de Ámsterdam de 1999 marca el paso a un siguiente nivel en la cohesión de la Unión Europea, así como en la política de género. En la agenda de los integrantes de la Unión Europea el *gender mainstreaming*³ es preponderante. Antes del tratado de Ámsterdam, la política oficial se caracterizaba por una exigencia de equiparación, lo cual significa que las mujeres no debían ser perjudicadas por su sexo. Se manifestó que este planteamiento pasivo no era suficiente para aumentar la participación de las mujeres en los escenarios de la vida⁴ en los que aún no son representadas adecuadamente. Después del tratado de Ámsterdam, los gobiernos de la Unión Europea se han comprometido a encargarse activamente de que sea factible una mejor participación de las mujeres. Hay muchas áreas con participación

insuficiente; tanto en Alemania como en México destacan las profesiones técnicas. Para entender mejor la situación en Alemania tenemos que examinar los marcos de condiciones del trabajo remunerado y su conexión con el género.

II.2 El marco alemán

Las relaciones de género se construyen en un ámbito complejo, lleno de contradicciones y rupturas. Esto es válido también en cuanto a la relación entre género y trabajo remunerado. El complejo ámbito del trabajo para mujeres profesionistas lo dividimos aquí en cuatro dimensiones (Ilustración 1):



- La Unión Europea y el concepto de *gender mainstreaming*, que exige la equiparación de género y una mejor participación de las mujeres en el mercado de trabajo.
- La economía en Alemania, que también tiene muchas razones para exigir una mejor participación de las mujeres en el mercado de trabajo:
 - Alemania tiene uno de los porcentajes de nacimiento más bajos del mundo; la población se hace vieja, los recursos humanos se reducen;
 - Alemania se encuentra en el proceso de transformarse de una sociedad industrializada en una sociedad de conocimientos, en la que los trabajadores de conocimientos son el cuello de botella; la mitad de estos recursos humanos demandados son mujeres;

¿Cómo sensibilizar estudiantes por género?

–los trabajadores de conocimientos requieren las competencias sociales, que son cualidades que en el ámbito occidental son atribuidas más a las mujeres que a los hombres.

- El sistema de regulaciones en Alemania, que dificulta el acceso de las mujeres al mercado de trabajo en varias maneras, consiste en:

- el sistema de impuestos que promueve un proveedor normalmente masculino;

- el sistema de pensiones, que establece derechos amplios de las amas de casa a la pensión de sus esposos por viudez;

- el sistema educativo, que funciona en horario matutino y exige la participación activa de los padres, es decir, de las madres.

- El sistema psico-social, que impide el trabajo de las mujeres, dado que cabe una imagen de las mujeres más tradicional –del tipo de esposa amante y madre abnegada–, en la mayoría de los estratos sociales.

Como universidad, nuestra área de actividades natural se refiere al sistema psico-social. Gran parte de nuestras investigaciones trabajan con las imágenes de las mujeres profesionistas y sobre cómo modificar los roles tradicionales rígidos.

¿Cuáles son las consecuencias de este marco de condiciones alemanas?

Cinco observaciones destacan:

- Generalmente hay pocas mujeres en puestos de toma de decisión;

- en profesiones técnicas, hay aún menos mujeres en puestos de toma de decisión;

- la diferencia de los ingresos económicos entre hombres y mujeres es considerable;

- las mujeres se concentran en pocas profesiones típicamente femeninas;

- las mujeres en profesiones masculinas cuentan con reducidas oportunidades de hacer carrera en ellas.⁵

Con respecto a la situación de las pocas mujeres con formaciones y profesiones técnicas, es digno de mencionarse que más mujeres que hombres no concluyen sus estudios; y de quienes los concluyen, son más las mujeres que dejan sus profesiones técnicas después de algunos años de trabajo, desilusionadas y exhaustas.

El abismo entre las exigencias de la Unión Europea, el deseo de la economía y la realidad es enorme. La presión de Bruselas y por parte de la economía está aumentando. Ya es hora de actuar.

II.2.3 Género y profesiones técnicas en Alemania

El gobierno alemán ha actuado. Un ejemplo es “El día de las chicas”, una acción conjunta de la política, la industria y los sindicatos bajo la dirección de la cancillería. En 2003 participaron tres mil quinientas empresas y más de cien mil chicas en toda Alemania. En este año, el día fue prioritario para el canciller Gerhard Schröder. La prensa informó con detalle. El canciller proclamó su finalidad, que es aumentar el porcentaje de mujeres en profesiones de tecnología de información y telecomunicación, de menos de 20% hasta 40% como mínimo.

Otro ejemplo es una serie de proyectos de investigación en el terreno de género. Nuestro centro de estudios de género forma parte del esfuerzo a nivel estatal.

III TanGenS, el centro de estudios de género de la FHF

Furtwangen es una ciudad pequeña en el suroeste de Alemania, en la serranía de la Selva Negra. La Escuela Superior de Tecnología de Furtwangen (FHF), fundada en 1852, es una de las universidades técnicas más pequeñas y más viejas del país. Sus facultades de informática ocupan el quinto puesto entre las universidades de Alemania. Gracias a una facultad de economía y dos áreas de estudios interdisciplinarios, el porcentaje de estudiantes femeninos asciende apenas a 20%.

En enero de 2002 se fundó el centro de estudios de género en tecnología, TanGenS (acrónimo de *Technology and Gender in Applied Sciences*). TanGenS investiga la relación compleja entre género y tecnología, relativa a la formación universitaria y el trabajo profesional en el futuro, con dos focos:

- La relación entre género y tecnología a través de una investigación de sección longitudinal, pues sabemos –inesperadamente– poco sobre la relación de mujeres (y hombres también) en áreas de estudio de tecnología hacia la tecnología;

- desarrollo de módulos género-sensitivos en áreas diversas y en diferentes facultades:

- área de estudios hechos por mujeres a nivel licenciatura, llamadas “redes económicas”; son nuevos el nivel de licenciatura y los estudios sólo para mujeres;

- introducción de aspectos de género en diversas clases de multimedia por mujeres y hombres;

- entrenamiento de la carrera sólo para mujeres;

¿Cómo sensibilizar estudiantes por género?

–física para mujeres y hombres; física es la clase menos popular entre las mujeres y hace dar un traspie a muchas al inicio de sus estudios; el objetivo es reducir las barreras de acceso a estudios técnicos para mujeres.

IV Los módulos en la Facultad de Medios Digitales

En este apartado presentamos en detalle nuestro procedimiento, los razonamientos subyacentes y los primeros resultados obtenidos con la ayuda de las investigaciones realizadas en la facultad de Medios Digitales, pues las clases allí sirven, en particular, para mostrar los diferentes niveles de la conciencia y de *habitus* en que se manifiesta el género.

IV.1 La Facultad de Medios Digitales

El mundo de los Medios Digitales es el *ciberspacio*, es decir, todas las tecnologías y sus aplicaciones en conexión con la internet. Los ex alumnos producen plataformas y portales para *e-business*, secuencias de *e-learning*, *web-tv* o películas animadas. Los estudios son interdisciplinarios, el currículo se reparte en cuatro partes iguales dedicadas a la informática, la tecnología, el diseño y el sector socio-económico. Este último sector abarca clases como psicología de medios, didáctica de medios, concepción de medios o *management* de medios. Todas son clases en las que se puede abordar fácilmente la referencia con el tema género. Debido al currículo interdisciplinario⁶ la proporción de las mujeres entre los estudiantes es de 25%, que es una proporción más alta por ramo de estudio de informática en Alemania.

IV.2 Razonamientos subyacentes

Nuestra identidad con respecto al género, así como las reglas de la identidad cultural, son parte del conocimiento implícito. Estas reglas son aprendidas durante un periodo largo, abarcan capas diversas de la identidad, y por eso pueden ser también contradictorias. De ahí que la sensibilización respecto al género deba acontecer en diversos niveles de la formación; los más importantes son:

- Los contenidos de cada clase, en el sentido del *gender impact assessment* (Comisión Europea, 2003) de la Unión Europea; i. e., por cada clase debe examinarse si su contenido está influido por el género. Por ejemplo, ¿importa el género al diseñar una emisión de *web-tv*?

• El *habitus* en el sentido de Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1983; Córdova, 2004); i. e., las reglas de género en el nivel colectivo, en el nivel de *peer group*. Este nivel importa cuando se posicionan en el ámbito profesional. Investigamos el *habitus* con respecto al género por el método documental (ver apartado IV.5).

• La actitud individual en el trato con los otros y la auto imagen; los estudiantes de informática no están familiarizados con reflexionar sobre sí mismos como los estudiantes de sociología o psicología. Por falta de tiempo, en las clases temíamos dejar de lado este nivel.

El concepto didáctico se basa en los razonamientos siguientes:

• Según las investigaciones de la ciencia de la formación (Max Planck Institute for Human Development, 2003), no es posible transmitir sólo competencias sociales, como la sensibilidad por género, sin la transmisión de un contenido en una clase regular como, por ejemplo, la didáctica de medios. Por eso la sensibilización de género debe ser parte de una clase regular.

• La formación de una identidad de género para un ámbito profesional ocurre en el proceso de ubicarse entre dos polos, el femenino y el masculino. Este proceso de jugar con roles diferentes, de hacer transparente lo que ocurre, debe ser reflexionado en la clase; por eso las clases son coeducativas.

No sólo son las mujeres quienes buscan o prueban papeles nuevos, sino también los hombres. Los papeles femeninos y masculinos se comportan como reflejos. Cada modificación en los papeles femeninos tiene como consecuencia una modificación en los masculinos y viceversa. Según Ervin Goffman (2001), cada entrada en escena de un nuevo papel de género o sexo necesita el aplauso de los espectadores del otro sexo. En caso de que no venga el aplauso, se modifica normalmente el papel.

• Los/las profesores(as) cumplen, entre otras, una función de ejemplo en el ámbito profesional para los/las estudiantes; por eso el *team teaching* es el método más favorable.

Al diseñar los módulos intentamos incluir lo más que nos fuera posible de los aspectos arriba mencionados. Se llevaron a cabo sensibilizaciones por género en cuatro módulos: Concepción de medios, Producción de video, Escritura científica y Trabajo científico. El primer módulo, Concepción de medios, rindió los resultados más interesantes; por ello debo describirlo como representativo de los otros.

IV. 3 El concepto del módulo *Concepción de medios*

El objetivo de la clase es, entre otras cosas, concebir y escribir guiones para videoclips, películas, series, etc. La conexión del objeto de la clase con el género es evidente: los guiones buenos se distinguen por una dramática convincente con roles realistas. Esto se logra sólo si los roles de género y las relaciones humanas son trazadas creíblemente.

Un formato de emisión es particularmente adecuado para estudiar la influencia del género sobre la dramática: las telenovelas con alto índice de audiencia por un período extenso. Telenovelas o series forman los elementos estabilizantes de los programas de los medios de comunicación, y son una parte importante de la comunicación en los medios de masas. Aquellos producen y reproducen los estereotipos de roles y las atribuciones de significado, y por eso contribuyen substancialmente al conocimiento tácito.⁷ Esta observación se puede verificar con el ejemplo de muchos países en vías de desarrollo, donde el proceso de la americanización de la cultura cotidiana se lleva a cabo sustancialmente por la televisión de los Estados Unidos.

Para la sensibilización por género sirven particularmente las series policíacas televisadas:

- Aunque la policía en Alemania se abrió a las mujeres hace 10 años, sigue siendo, sin embargo, pronunciadamente masculina. La relación de género y los roles de género se pueden observar claramente en las series policíacas.
- La característica de una telenovela policíaca es la tensión. El arte dramático nos enseña que sólo se logra tensión si los roles de los actores se constituyen de manera realista y creíble, inclusive los aspectos de género; si no, resulta un *slap stick* o *soap opera*, pero no una serie policíaca.
- Este tipo de telenovelas son un terreno maravilloso para los estudios de género, porque hay una distribución de roles tradicionales: las mujeres como víctimas y los hombres como victimarios.

Usamos en nuestra investigación la serie *Tatort* o *Lugar del crimen*, una de las más populares en Alemania. El interés por las telenovelas conlleva, además, otra dimensión: a diferencia de los estudiantes de psicología o sociología, los estudiantes de informática no están acostumbrados a reflexionar sobre sus propias actitudes y, por tanto, al confrontarlos directamente con el género se resisten. Por eso, estudiamos el reflejo de la relación de género en los medios, porque los medios son un tema central en la facultad.

IV.4 Puesta en marcha y evaluación

La sensibilización por género se dio en el marco de una clase regular y obligatoria; no había cómo escaparse. El profesor de concepción de medios y yo impartimos este módulo de manera conjunta.

Los resultados, en breve, fueron:

- Algunos(as) estudiantes rechazaron la sensibilización por género, considerándola como aburrida y superflua;
- las repuestas al cuestionario de evaluación fueron del tipo “políticamente correcto”, y reflejaron más o menos los estereotipos positivos de los roles;
- la mayoría, sin embargo, se interesó y empezó a probar, como jugando, con diferentes roles;
- el tema “género” apareció en comentarios en otras clases y en el *chat* del intranet de la facultad;
- los(as) estudiantes plantearon producir una comedia con el tema “género”, la cual se llevó a cabo en el siguiente semestre con 10 estudiantes; el proceso de montaje de la película se ha concluido;
- otro profesor utiliza la materia prima de la película para su clase “montaje de películas”; esto significa que él y sus estudiantes se involucran con el tema “género”.

Finalmente, logramos incluir el tema “género” en la Facultad de Medios Digitales, integrándolo a las clases regulares y relacionándolo con el contenido de las clases. La sensibilización por género en un nivel de *gender impact assessment* fue eficaz.

IV.5 Exploración en el nivel de *habitus*

Enseguida exploramos el *habitus* de los estudiantes, las reglas colectivas de la identidad por género. Preguntamos ¿cómo están los conceptos detrás de los roles en un nivel supraindividual, en el nivel de *peer group*? Para la investigación usamos el método documental, que voy describir con cierto detalle, pues todavía no es muy conocido.

El método documental se basa en las obras de Karl Mannheim (1970), fundador de la sociología del conocimiento en los años 20 del siglo pasado, en Alemania, y de Harold Garfinkel (1967), de los años 60 en los Estados Unidos. Garfinkel lo llamó “el método étnico”. Él dijo: “The method is recognizable for the everyday necessities of recognizing, what a person is talking about given that he does not say exactly what he means” (:78). Desde entonces, el método se ha establecido en las ciencias sociales y de la educación y en las investigaciones de género.

¿Cómo sensibilizar estudiantes por género?

Sus métodos de análisis facilitan el acceso al conocimiento no sólo reflexivo, sino también nos conducen a las acciones de los actores, y por eso abren el acceso a la praxis de las acciones. El conocimiento habitual, parcialmente incorporado al conocimiento de la orientación, forma el telón de fondo sobre el que se desarrolla la praxis de las acciones. El objetivo del método es investigar el *cómo* de la praxis de las acciones, cómo construyen y re-construyen los actores su praxis. Entonces, el método étnico destaca la interacción del evento singular y su patrón general.

Actitudes culturales, valores y normas son parte del conocimiento implícito, que no se explica a través de las palabras. Las relaciones de género están aprendidas en *peer groups*, grupos de niños o jóvenes de la misma edad; el conocimiento sobre género es por eso parte del conocimiento colectivo, es específico por el *milieu*. Para explorar esta parte del conocimiento, el método étnico es particularmente útil.

Ralf Bohnsack (2001) amplifica el método étnico a un método de la ciencia social reconstructiva, que facilita la reconstrucción de los llamados espacios de la experiencia conjunta, las formas del *habitus*. La comprensión e interacción cotidiana tiene una estructura doble: las expresiones tienen un significado público o socializado y también no-público o específico por un *milieu*. Por ejemplo, todos sabemos el significado público de la palabra *familia*, porque conocemos la institución *familia*. Según Mannheim, esto es el conocimiento comunicativo o comunicativo-generalizando que, sin embargo, no establece un acceso al espacio de experiencia de una familia concreta, con sus particularidades específicas del *milieu* o individuales. Hablamos aquí del conocimiento conjunto o de los espacios de experiencia conjuntos. Mientras el conocimiento comunicativo puede ser cuestionado sin problemas metodológicos, el conocimiento conjuntivo se abre sólo cuando nos hemos familiarizado, a través de relatos, descripciones u observaciones directas, con la praxis de las acciones.

Llevamos a cabo discusiones con grupos de estudiantes de 5 a 10 personas, separados por sexo, de entre 19 y 27 años. Las discusiones fueron grabadas y transcritas. La evaluación sigue el procedimiento recomendado por Bohnsack. La pregunta introductoria para la discusión fue: ¿qué significa para usted ser una mujer/un hombre en un contexto profesional/universitario?

V Interpretación de los resultados

En atención a la precaria relación de las mujeres alemanas en profesiones técnicas, concentramos la evaluación de la discusión en las mujeres. La de los hombres sirve como el contra-horizonte de la interpretación.

Debe tenerse en cuenta que con las estudiantes se trata de una selección especial. Son mujeres jóvenes que, con una intención determinada, se decidieron por los estudios técnicos y una carrera en una profesión técnica, muchas veces en contra de las recomendaciones de sus familiares, sus pares y su ámbito social. No fue fácil obtener una plaza en la Facultad de Medios Digitales, pues concursan cada semestre más de 700 aspirantes por 70 puestos. Esto documenta que en un nivel individual las estudiantes no sólo tienen talento para sus estudios, sino también son capaces de imponerse y ser conscientes de su propia valía —así como de su feminidad, quiero añadir como observación propia.

En el nivel supra-individual, colectivo, encontramos una imagen totalmente diferente:

- Las mujeres están muy inseguras con respecto a sus roles de género en sus profesiones;
- en primer lugar, ellas ignoran las diferencias del sexo diciendo “el sexo no importa, sólo cuenta el resultado”;
- entonces, las diferencias y contradicciones emergen: ellas se guían por ejemplos de hombres, prefieren trabajar con ellos diciendo que es más fácil cooperar con ellos, y después de todo, conocen pocos ejemplos buenos de mujeres profesionales.

La imagen colectiva que esbozan las mujeres de sí mismas es más negativa que la imagen colectiva que dibujan los hombres de las mujeres. La auto-imagen colectiva de las mujeres contiene elementos de desvalorización, y evidencia una falta de modelos positivos para las mujeres jóvenes. Porque el conocimiento colectivo sólo se transforma en el ritmo de la larga duración; no es enseguida que se percibe un cambio mensurable del *habitus*, ni aparecen fácilmente buenos ejemplos o *best practice*. Para lograrlo, las medidas deben persistir por un periodo largo. Acciones a corto plazo como “El día de las chicas” apenas influirán en el conocimiento colectivo de manera persistente.

Sin duda hay muchas explicaciones de niveles diversos para el resultado empírico; tienen importancia, por ejemplo, el desarrollo histórico, la política de trabajo y la social. Quiero presentar una explicación, que se refiere a los marcos de condiciones especiales en Alemania y que sirve para mejorar los módulos para sensibilizar por género.

¿Cómo sensibilizar estudiantes por género?

En Alemania, las profesiones tecnológicas todavía tienen una connotación pronunciadamente masculina. Ser mujer y ser técnica en informática son conceptos no compatibles. En la situación actual, marcada por la competencia rigurosa en el mercado de trabajo, el deseo de reconocimiento profesional prevalece. Las mujeres tienden a ignorar su género y definen la universidad y el trabajo como un espacio neutral, sin género. La inseguridad y desorientación profesionales de las mujeres muestran que ésta no es una solución definitiva para el conflicto de ser una mujer y una informática al mismo tiempo. La tensión permanente entre una personalidad individual fuerte y una auto-imagen colectiva borrosa debe ser enorme. De ahí que no sorprende que las mujeres no se sientan bien en sus profesiones técnicas, y que unas den la espalda a estas profesiones, agotadas después de algunos años de trabajo.

Es interesante que los hombres compartan la apreciación de que la universidad y el trabajo son lugares más o menos sin género. El estado de nuestras investigaciones no nos permite decidir si con esto se trata de una estrategia para reprimir conflictos, de un compromiso del denominador común más pequeño, simplemente de carencia de sensibilidad o una mezcla de todos.

Ya los primeros resultados muestran que acciones espectaculares o entrenamientos de carrera en un nivel individual no bastan para lograr un efecto sostenible. Por lo menos, consideramos muy importante –aunque no sea tan efectivo en los medios– ocuparse del nivel supra-individual en estudios a largo plazo. Para nuestras investigaciones significa que estamos al inicio de un viaje con destino desconocido. También el canciller Schöder aún está lejos de su meta: 40% de las mujeres en las profesiones de tecnologías de informática y telecomunicación.

Notas

1. Evaluación del impacto en función del género. (N. del E.)
2. Integración de la perspectiva de género. (N. del E.)
3. La política de *gender mainstreaming* sigue simultáneamente dos objetivos: la equiparación de los sexos en todos los escenarios de vida pública y poner a disposición la infraestructura que permita la equiparación de los sexos.
4. Por ejemplo: Sin un jardín de niños adecuado, las madres ni siquiera pueden pensar en presentarse para una cátedra, y por eso la comisión para el nombramiento cae en la tentación de discriminar a las madres y de ningún modo las leyes de anti-discriminación no hacen falta que empleen (sic).

5. Significa que las pocas mujeres que a pesar de las condiciones adversas han ingresado a una profesión técnica –es decir, una profesión típicamente masculina- están castigadas con perspectivas de carrera malas, en comparación con profesiones típicamente femeninas.

6. Especialmente en áreas tecnológicas, las mujeres en Alemania prefieren estudios interdisciplinarios como *medical engineering* en lugar de ingeniería, o medios digitales en lugar de informática.

7. Ver, por ejemplo, Schneider, I. (1995) y las publicaciones extensas del *Área de Investigaciones Especiales 240: Mundos de pantalla* (Sonderforschungsbereich 240, 2000).

Bibliografía

Bohnsack, R. (1997). Dokumentarische Methode. En R. Hitzler y A. Honer (Eds.), *Sozialwissenschaftliche Hermeneutik* (191-212). Opladen: Leske und Budrich.

Bohnsack, R., Nentwig-Gesemann, I. & Nohl, A. M. (Eds.). (2001). *Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Opladen: Leske und Budrich.

Bourdieu, P. (1983). Gostos de classe e estilos de vida. En R. Ortiz (Coord.), *Pierre Bourdieu: Sociologia* (82-121). São Paulo: Ática.

Comisión Europea. (2003). *A Guide To Gender Impact Assessment* [En red]. Disponible en: http://europa.eu.int/comm/employment_social/equ_opp/gender/gender_en.pdf

Connell, R. W. (2002). *Gender*. Cambridge: Polity.

Córdova, R. (2004). El concepto de *habitus* de Pierre Bourdieu y su aplicación a los estudios de género. *Colección Pedagógica Universitaria* [En red], 40. Disponible en:

Garfinkel, H. (1967). *Studies in Ethnomethodology*. New Jersey: Prentice Hall.

Goffman, I. (2001). *Interaktion und Geschlecht*. Frankfurt: Campus.

Mannheim, K. (Ed.). (1970). *Wissenssoziologie*. Neuwied.

¿Cómo sensibilizar estudiantes por género?

Max Planck Institute for Human Development (2003). *Enterprise* [En red]. Disponible en:

www.mpib-berlin.mpg.de/de/forschung/eub/projekte/enterprise.htm

Meuser, M. (2001). *Geschlecht und Männlichkeit. Soziologische Theorie und kulturelle Deutungsmuster*. Opladen: Leske + Budrich.

Schneider, I. (Ed.). (1995). *Serien-Welten. Strukturen US-amerikanischer Serien aus vier Jahrzehnten*. Opladen: Westdeutscher.

Sonderforschungsbereich 240. (2000). *Bildschirmwelten der Deutschen Forschungsgemeinschaft, 1986-94* [En línea]. Disponible en: <http://sinfo.avmz.unisiegen.de/research/berichte/1999/idis/sfb240/indexpubl.html>