

Creando espacios de cultura inclusiva e igualitaria en el Museo Nacional del Prado: el proyecto “Sui géneris. Arte, publicidad y estereotipos”

Tania Ugena Candel, Santiago González D’Ambrosio

Recibido 15 de julio 2021 /Aceptado 11 de diciembre 2021

Resumen. Este artículo presenta el proyecto Sui Géneris. Arte, publicidad y estereotipos, diseñado y llevado a cabo desde octubre de 2019 por el Área de Educación del Museo Nacional del Prado, en el marco del programa Prado Inclusivo. Se trata de una actividad dirigida a colectivos de personas con diversidad funcional intelectual y psíquica, que persigue el objetivo de crear conciencia y visibilizar -a través de algunas obras de la colección permanente- el modo en el que el arte crea y difunde determinados estereotipos de género que perpetúan situaciones de opresión y violencia. El diálogo entre las obras del Museo y algunas campañas publicitarias actuales propicia la reflexión en el seno de los grupos participantes, al evidenciarse que en pleno siglo XXI se mantienen intactas las estructuras de pensamiento y condicionamiento de género preponderantes en siglos pasados. Con esta propuesta, el Museo del Prado pretende colaborar en el abordaje integral de una problemática que afecta a toda la sociedad, apoyando la construcción de identidades de género más flexibles, ricas y diversas.

Palabras clave: Diversidad funcional; Identidad de género; Inclusión; Museo del Prado.

[en] Creating Inclusive and Equal Cultural Spaces in the El Prado Museum: “Sui Géneris - Art, Advertising and Stereotypes”

Abstract. This article presents Sui Géneris. Art, Advertising and Stereotypes, a project which has been devised and carried out by the El Prado Museum’s Education Department beginning in October of 2019 within the framework of Inclusive Prado programme. *Sui Géneris* is aimed at groups of people with mental functional diversity, otherwise known as disabled people. Using examples of artwork from the museum’s permanent collection, it intends to raise awareness of the way in which art defines and re-enforces certain gender stereotypes which perpetuate oppression and violence. Participating groups are encouraged to reflect upon the relationship between museum pieces and contemporary advertising campaigns which demonstrate that thought and gender conditioning structures of centuries past are still intact today. Through this project, the El Prado Museum intends to address an issue which affects the whole of society and to actively contribute to the development of more flexible, rich, and diverse gender identities.

Keywords: People with functional diversity; Gender identity; Inclusion; El Prado Museum.

Sumario. 1. Introducción; 2. Marco teórico: diversidad funcional, género y arte; 3. Programa Prado Inclusivo; 4. Proyecto Sui Géneris. Arte, publicidad y estereotipos; 4.1. Objetivos y metodología; 4.2. Reflexión y dinámica detonante; 4.3. Primera sesión: focalizando en estereotipos; 4.4. Segunda sesión: subversión de estereotipos y taller creativo; 4.5. Adaptación del proyecto a tiempos de pandemia; 5. Conclusiones y prospectiva; 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Ugena Candel, T.; González D’Ambrosio, S. (2022) Creando espacios de cultura inclusiva e igualitaria en el Museo Nacional del Prado: el proyecto “Sui géneris. Arte, publicidad y estereotipos”, en *Arteterapia. Papeles de arteterapia y educación para inclusión social* 17, 85-96.

1. Introducción

Las primeras líneas de este artículo se escriben el 8 de marzo de 2021, un día cargado de simbolismo y homenaje a aquellas que fueron y por las que hoy somos. Algunas de esas mujeres artistas, creadoras, políticas y científicas, han amanecido dos mañanas consecutivas, en dos murales de la Comunidad de Madrid, con sus rostros cubiertos por borrones de pintura. Quienes trataron de invisibilizarlas no esperaban que la acción vecinal del barrio de la Concepción y de Alcalá de Henares reparara sus murales, pegando sobre la pintura negra los rostros de las mujeres que, pocas horas antes, habían sido borrados.

Estas acciones vandálicas podrían ser interpretadas, subvirtiendo su intención original, como intervenciones artísticas con carácter de denuncia sobre la invisibilización histórica de las mujeres en el espacio público. Una forma de re-apropiación de las manifestaciones ofensivas común a la lucha activista de los movimientos *queer* y *crip* (Moscoso y Arnau, 2016), que se utiliza también en la actividad educativa *Sui géneris. Arte, publicidad y estereotipos*, cuando los grupos participantes identifican roles limitantes en las obras del Museo y en los anuncios publicitarios con los que se ponen en *diálogo para transformarlos* performativamente en las propias producciones culturales que desarrollan en el Taller de Educación.

Ya entrado el siglo XXI, hay muchas mujeres y personas con identidades de género no normativas que continúan sin habitarlo plenamente, pues siguen existiendo barreras -muchas veces invisibles- y sistemas de discriminación muy sutiles y arraigados que dificultan su acceso e incorporación a la vida pública en igualdad de condiciones. De acuerdo con la *Estrategia Europea para la Igualdad de Género 2020-2025* (Comisión Europea, 2020), uno de los elementos clave para lograr este cambio social es la educación de niños, niñas y niños desde una edad temprana, apoyando el desarrollo de relaciones no violentas y focalizando en explorar las masculinidades¹ para trascender las hegemonías del privilegio, reconocer la diversidad e incluir sus derechos.

Este proceso requiere de un planteamiento interdisciplinar entre profesionales y servicios competentes que se recoge en numerosos textos internacionales. Por ejemplo, dentro de los *Objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*, adoptados por la Asamblea General de la ONU en el año 2015, cabe destacar el objetivo número cinco², que aspira a “lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas”. Se subraya especialmente este objetivo porque, en este contexto, cobra especial gravedad la situación de doble discriminación a la que se enfrentan niñas y mujeres con diversidad funcional, cuyos derechos son vulnerados de forma sistemática en todo el mundo, a pesar de que la *Convención de la ONU sobre los derechos de las personas con discapacidad* (2006) ya introdujo específicamente la perspectiva de género en su articulado. En su artículo 8, la Convención prevé “luchar contra los estereotipos, los prejuicios y las prácticas nocivas respecto de las personas con discapacidad, incluidos los que se basan en el género o la edad, en todos los ámbitos de la vida”. Uno de los aspectos en los que más se incide es en la prevención de los casos de explotación, violencia y abuso hacia las mujeres con discapacidad. No en vano, la violencia de género sigue siendo experimentada en un mayor porcentaje por mujeres con diversidad funcional, tal y como señala la Fundación CERMI Mujeres (2019, p.117).

El Museo Nacional del Prado se suma, en el marco de su política de Responsabilidad Social, a la promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 y al resto de textos legales y herramientas de planificación que inciden en la necesidad de promover una sociedad más justa, inclusiva e igualitaria, teniendo en cuenta de forma transversal las perspectivas de género y de diversidad en todas sus acciones. En concreto, el proyecto *Sui géneris. Arte, publicidad y estereotipos* se diseñó para grupos de personas con diversidad funcional intelectual y psíquica, con objeto de crear conciencia y visibilizar el modo en el que el arte crea y difunde ciertos estereotipos de género que perpetúan situaciones de opresión y violencia hacia las mujeres e identidades y expresiones de género no normativas. Articulando un discurso transformativo a partir de enfoques críticos, constructivistas, performativos, post-coloniales, feministas y queer, con objeto de promover diálogos con los grupos participantes e incorporar sus conocimientos específicos en estos intercambios, siempre vertebrados por la «paridad de estima» (Sánchez, 2018) de todas las ideas expresadas.

2. Marco teórico: diversidad funcional, género y arte

Tradicionalmente la diversidad funcional ha sido entendida desde un «modelo médico de la discapacidad», poniendo el acento en lo patológico y en la idea de rehabilitación. Progresivamente esta lectura fue cuestionada y superada, dando paso al llamado «modelo social de la discapacidad» (Palacios, 2008), el cual subraya que son las estructuras sociales las que deben ajustarse a la diversidad existente en la población (y no a la inversa), siendo preciso eliminar aquellas barreras que impiden el desarrollo y la inclusión de las personas con diversidad funcional en la sociedad.

El concepto de «discapacidad intelectual» es un constructo, que establece una división arbitraria con el fin operativo de definir los medios y apoyos que la sociedad debe prestar (Verdugo, 2011). Esta distinción genera segregación y estigma, y obvia el hecho de que todas las personas tenemos algún tipo de dificultad, ya sea cognitiva, perceptiva, física, social o lingüística. El límite es completamente borroso, tratándose más de una cuestión de grado que de una diferencia esencial entre las personas. Tal y como apunta Garland-Thompson (2001, p.20) “disability, like gender and race, is everywhere, once we know how to look for it”³.

Nos aproximamos así al concepto de “diversidad funcional” propuesto por el Foro de Vida Independiente (Novoa, 2016), que entiende la diversidad como valor y enfatiza las capacidades e inteligencias de toda persona, desvinculándose de lo patológico.

¹ Según el Instituto Europeo de Igualdad de Género (EIGE), consiste en cuestionar los valores y las normas que la sociedad impone a la conducta de los hombres (...) y fomentando los roles positivos que los hombres y niños pueden desempeñar en la consecución de la igualdad de género.

² <https://www.agenda2030.gob.es/objetivos/objetivo5.htm>

³ la discapacidad, como el género y la raza, está en todas partes, una vez que sabemos cómo encontrarla (traducción propia).

Es reseñable, además, el proceso por el que los «estudios sobre la discapacidad» («disability studies») entraron en contacto con las teorías feministas y de género, propiciando las sinergias que dieron lugar a los «estudios feministas sobre la discapacidad» («feminist disability studies»). Estos estudios incorporaron nuevas miradas epistemológicas que promovieron la igualdad y el cambio de paradigma, situando también a las mujeres con diversidad funcional y sus narrativas como participantes activas en la producción de conocimiento (Haraway, 1988; Lloyd, 1992; Morris, 1993; Butler, 1993; Garland-Thompson, 2005; McRuer, 2006).

Estos nuevos enfoques otorgan al concepto de diversidad funcional una nueva perspectiva liberadora, al entenderse como otras posibilidades de ser y de estar, y no como una forma de vida anómala o incapacitante (Magnabosco y Souza, 2019).

Por otra parte, estas -a priori- infinitas posibilidades de ser y estar, han sido tradicionalmente atravesadas por expectativas sociales vinculadas a una definición binaria del género (hombre-mujer), en relación a ciertas actitudes corporales, aspecto físico, modelos de comunicación, de relación y de expresión de emociones, deseos y expectativas vitales. El concepto de «performatividad de género» de Judith Butler (2007), señala estas cuestiones y plantea que los ideales de masculinidad y feminidad generan contradicción e incoherencia cuando se tratan de alcanzar y reproducir. McRuer (2006) se apoya en las ideas de Butler (2007) para desarrollar el planteamiento de «compulsory able-bodiedness» o «capacidad corporal obligatoria» como causa y efecto de las formas tradicionales de género (masculinidad y feminidad) y sexualidad hegemónica (heterosexualidad). Por otro lado, coincide con Butler (2007) en que, al igual que los géneros y las sexualidades no normativas son subyugadas por el sistema de heterosexualidad obligatoria, los cuerpos y las mentes no normativas son oprimidos por el sistema «compulsory able-bodiedness».

Actualmente, el género sigue estando fuertemente condicionado por las imágenes y mensajes de los medios de comunicación, el cine y otras manifestaciones artísticas, especialmente por la publicidad, que continúa apelando a esos roles binarios para mostrar mujeres como objetos sexuales o en roles de esposa y madre, así como hombres fuertes y poderosos, copando roles intelectuales y de prestigio.

En este sentido, el papel de las instituciones culturales resulta crucial para contribuir a ofrecer relatos alternativos a los hegemónicos, visibilizando esa realidad social de género que ha marcado nuestra historia y la forma en la que se ha contado la misma, perviviendo hasta el presente. Esta perspectiva debe ser introducida también en las propuestas culturales que se realicen para públicos con diversidad funcional puesto que, como hemos visto, las situaciones de discriminación de género son especialmente agudas en este contexto, y los museos pueden desempeñar un importante papel para fomentar un tipo de educación inclusiva e igualitaria.

La *Estrategia integral española de cultura para todos* (2011) recoge, de modo amplio, la necesidad no sólo de estimular la participación y el disfrute de la oferta cultural por parte de las personas con diversidad funcional, sino también de fomentar su participación activa en la creación artística a través de actividades y talleres educativos accesibles, premios, exposiciones o subvenciones. Por su parte, el *Plan Museos+ Sociales* (2015) incorpora también la perspectiva de género en los diferentes programas y líneas estratégicas.

El arte y la creatividad son capacidades comunes a todas las personas, independientemente de su género, raza, o diversidad funcional. Como ya expuso Françoise Jan, expresidenta de la organización *Inclusion Europe*:

Desde los comienzos de la humanidad, el arte y la creatividad pertenecen, en todas sus diversas expresiones, a la vida humana. (...) Puesto que el arte y la creatividad son una parte integrante de la vida de la sociedad, las personas con discapacidad intelectual deben participar. (2002, p.1)

Efectivamente, el arte -tanto en su vertiente de disfrute como en su vertiente de expresión- ha sido frecuentemente utilizado como herramienta de desarrollo e inclusión para las personas con diversidad funcional intelectual o psíquica. Las disciplinas desde las que se ha producido este acercamiento entre arte y diversidad funcional son múltiples, yendo desde la neurociencia, la psicología o la arteterapia hasta la gestión cultural, la teoría de la educación o la colaboración con colectivos de artistas.

Encontramos, así, algunos planteamientos teóricos de gran interés, como la *Teoría de las inteligencias múltiples*, que ha permitido relativizar el peso de los procesos de pensamiento lógico y lingüístico, enfatizando las capacidades y puntos fuertes de cada individuo por encima de sus limitaciones (Gardner, 1995). Otro ejemplo son las investigaciones en neuroestética, que señalan que la desactivación de ciertas funciones cognitivas incrementa en contrapartida la conectividad de otras, ligadas muchas veces a lo emocional o a la expresión no verbal (Dierssen, 2010).

Existen también un sinfín de experiencias prácticas que beben del tradicional concepto de *Arte Outsider*⁴, aquel realizado sin filtros, influencias, ni pretensiones, como resultado de la creatividad espontánea de personas que se salen de la norma establecida. En esta línea, son destacables los procesos creativos de *Debajo del sombrero*, que en 2013 cuajaron en la exposición *Mundo Extreme*, en La Casa Encendida de Madrid (Matxinbarrena et al., 2013). Resulta, además, cada vez más frecuente que los museos se interesen por dar cabida a obras y exposiciones de artistas que podrían ser calificados como *outsiders*, como es el conocido caso de Judith Scott (Barrera y Peñafiel, 2006).

⁴ El término fue acuñado por el crítico de arte Roger Cardinal en 1972, trasladando al inglés el concepto de *Art Brut* del artista francés Jean Dubuffet, con el que describía el arte creado fuera de los límites de la cultura oficial, especialmente las manifestaciones artísticas de pacientes de hospitales psiquiátricos.

Todas estas líneas de investigación -tanto teóricas como prácticas- constatan que la categorización de las personas en función de su diversidad funcional resulta especialmente dudosa cuando hablamos de sensibilidad artística y de creatividad. En este sentido, los museos son un lugar privilegiado desde el que promover una participación cultural inclusiva, que dé lugar a aprendizajes multidireccionales.

La puesta en marcha del proyecto *Sui géneris. Arte, publicidad y estereotipos* se ha realizado tras un análisis del estado de la cuestión en cuanto a inclusión de personas con diversidad funcional en el entorno museístico. Experiencias de referencia en este sentido son las desarrolladas en el Museo Reina Sofía entre 2008 y 2017. Los distintos programas llevados a cabo en aquel marco supusieron la superación de la idea de diseñar actividades específicas para este colectivo, centrándose progresivamente en la idea de *diseño para todos*, más acorde con el paradigma teórico de la diversidad funcional expuesto anteriormente. Yendo un paso más allá, se generaron proyectos y entornos de trabajo cada vez más inclusivos, contando con la participación y co-creación de grupos mixtos de personas con y sin discapacidad, caso de los proyectos *Nuevos Creadores-Nuevos Públicos* o *Educadanza* (González, 2016). En paralelo, el proyecto colaborativo *Conect@* fue pionero en atestiguar la importancia de empoderar y dar voz al colectivo de personas con diversidad funcional (González, 2015).

3. El programa *Prado Inclusivo*

Entre los objetivos estratégicos del *Plan de actuación 2017-2020 del Museo Nacional del Prado* figura el de “cumplir la vocación de servicio público y educativo del Museo, ofreciendo la máxima accesibilidad y la mejor interpretación de la identidad e historia de las colecciones con el fin de facilitar la mejor experiencia a los diferentes tipos de público”. Este firme compromiso de la institución se ve desarrollado, entre otras acciones, a través del programa *Prado Inclusivo*⁵, organizado por el Área de Educación. Este programa, que anteriormente se llamaba *El Prado para todos*, se viene desarrollando desde el año 2006 y ha ido ampliado, progresivamente, la cantidad y diversidad de públicos a los que se dirige, otorgando cada vez un mayor peso a las personas con diversidad funcional en los procesos de diseño, creación y transmisión de la cultura. Cada año se benefician de este programa de forma directa entre 1000 y 1500 personas, en concreto, más de 600 personas con diversidad funcional han participado en el proyecto *Sui géneris* entre octubre de 2019 y junio de 2021, tanto en modalidad presencial como *online*.

Desde *Prado Inclusivo* se concibe el Museo como un poderoso contexto para la acción y el cambio social, con el horizonte de que la atención a la diversidad se convierta en un elemento transversal dentro de todos nuestros programas. Pero en ese camino son necesarias medidas de acción positiva que promuevan activamente la accesibilidad de aquellos colectivos que precisan de herramientas y apoyos específicos que, en el presente caso, se materializan en el empleo de un lenguaje adaptado a través de metáforas, analogías, símiles y transposiciones para facilitar la comprensión de conceptos que puedan resultar complejos; la escucha activa para incorporar sus ideas a los diálogos entre las obras del Museo y los anuncios publicitarios; así como propuestas creativas y performativas que posibilitan la expresión artística y corporal durante las visitas a las salas y en las dinámicas de taller.

Entre los grupos con los que se trabaja se encuentran personas con diversidad funcional intelectual o psíquica, trastorno del espectro autista o daño cerebral adquirido, grupos de mayores, personas con deterioro cognitivo, personas hospitalizadas, personas migrantes, personas del ámbito rural y personas sin hogar o privadas de libertad; todos ellos colectivos para los que el Museo puede significar un estímulo para la participación en la vida cultural, la inserción social y el ejercicio de ciudadanía.

Estos proyectos y actividades buscan dar una respuesta ajustada a la demanda de los centros especializados (que suelen ser la vía de acceso para este tipo de públicos), pero están concebidas desde planteamientos de *diseño para todos*. Paralelamente, el Museo busca ampliar sus redes de colaboración a medio y largo plazo con entidades sociales relacionadas con la diversidad, buscando fórmulas que logren empoderar a estos colectivos para que sean agentes de pleno derecho de la vida cultural. Todo ello entendiendo siempre la diversidad como un valor y el diálogo como la forma natural de abordar cualquier aprendizaje.

Los grupos de personas con diversidad funcional de Centros Ocupaciones y Colegios de Educación Especial son uno de los públicos con los que se ha trabajado desde el origen del programa *Prado Inclusivo*. De forma regular se han renovado los contenidos y la metodología de las actividades, teniendo en cuenta temáticas de actualidad y de interés para este colectivo, así como lenguajes creativos que permitan una expresión libre, basada en vivencias, reflexiones o aprendizajes propios.

Posteriormente se han incorporado a este proceso los grupos de personas con diversidad funcional psíquica, sobre todo desde Centros de Rehabilitación Psicosocial. El *feedback* y la relación continuada con muchas de estas entidades han permitido al proyecto crecer y desarrollarse de una forma orgánica y participativa.

En este sentido, uno de los proyectos de colaboración más destacables es *Formando mediadores*, el cual se desarrolla desde el año 2013, con la idea de capacitar a un grupo de personas con diversidad funcional de la Fundación Esfera para el desempeño de tareas de educadores y educadoras de apoyo durante la realización de las actividades

⁵ <https://www.museodelprado.es/recurso/el-prado-para-todos-20202021/b538e6be-776b-458d-8edd-ecfcc4069427>
<https://www.museodelprado.es/recurso/prado-inclusivo-20212022/263efb2c-4ea2-4f48-a20d-ce5887eb98aa>

con estos colectivos. El proyecto *Sui géneris. Arte, publicidad y estereotipos* cuenta, también, con la presencia de dos *mediadores* durante el desarrollo de todas sus sesiones.

Sus funciones implican multitud de tareas, tales como el reparto de las entradas de acceso al Museo, de pegatinas con los nombres y de los auriculares para facilitar la escucha en las salas. Su rol también conlleva el acompañamiento y la interacción directa con el grupo para presentarse, exponer información general del Museo y propiciar el diálogo grupal enunciando preguntas y facilitando claves interpretativas ante las obras. Los *mediadores* se implican asimismo en la organización de los materiales que hay en el taller, en el apoyo a los grupos para la realización de las dinámicas creativas y en tareas que tienen que ver con la tecnología como el manejo de tabletas para la realización de fotografías con las que se creaban los videos que se entregaban a los centros participantes en una actividad, anterior a *Sui géneris*, que se titulaba *El amor a escena*.

Los beneficios que el proyecto tiene sobre el equipo de *mediadores* son muchos, pudiéndose destacar la autonomía dentro del Museo y en los desplazamientos, el desarrollo de la expresión verbal y corporal, la socialización o el aumento de la autoestima y el empoderamiento -al ser modelos a imitar por sus compañeros y compañeras- (González et al., 2018).



Fig. 1. ©Archivo MNP. El grupo de mediadores en una sesión de Formando Mediadores [fotografía]

4. El proyecto *Sui géneris. Arte, publicidad y estereotipos*

El proyecto *Sui géneris. Arte, publicidad y estereotipos* propone un diálogo entre varias obras de la colección del Museo Nacional del Prado y diferentes campañas publicitarias que, en pleno siglo XXI, mantienen intactas las mismas estructuras de pensamiento y condicionamiento de género preponderantes en siglos pasados.

Aplicado con un sentido poético, el concepto *Sui géneris* interpela al derecho de toda persona a expresar su propio género de manera libre, única y original. Esquivando así las expectativas sociales que predeterminan a posicionarse como mujer o como hombre y empujan a asumir atribuciones que se pretenden privativas de cada género pero que, por el contrario, debieran ser intercambiables y dinámicas.

A partir de esta propuesta, diseñada desde el Área de Educación, el Museo quiere acercar estos planteamientos a los colectivos de personas con diversidad funcional y de salud mental, para abordar de manera integral una problemática que afecta a toda la sociedad y coarta la posibilidad de construir identidades más flexibles, ricas y diversas.

4.1. Objetivos y metodología

Los objetivos del proyecto *Sui géneris. Arte, publicidad y estereotipos* son:

- Desarrollar una mirada crítica y con perspectiva de género para analizar las imágenes artísticas y los estereotipos de género presentes en muchas de ellas.
- Vincular el arte del pasado con el presente a través del análisis de campañas publicitarias sexistas.

- Promover actitudes respetuosas, tolerantes e igualitarias, fomentando una actitud que combata la discriminación que han sufrido las mujeres e identidades y expresiones de género no normativas a lo largo de la historia.
- Proyectar una visión positiva sobre el futuro, valorando las iniciativas y actitudes que contribuyen a romper los estereotipos y las expectativas vinculadas al género.
- Desarrollar la expresión corporal para la transmisión de ideas y conceptos que deconstruyan los roles de género.

La actividad se desarrolla habitualmente con grupos de 10-15 participantes durante dos sesiones de una hora y media de duración. La metodología de aproximación a las obras del Museo pivota en la participación, la horizontalidad y el diálogo. Partiendo de preguntas que estimulan la reflexión crítica sobre las distintas imágenes, se busca legitimar la experiencia perceptiva de cada participante, pues sus respuestas son la base para el diálogo grupal y la construcción de interpretaciones vinculadas al género. En este sentido, todos los conocimientos, vivencias o ejemplos aportados por los y las participantes completan y enriquecen la lectura de las obras, en una producción colectiva de conocimiento.

La metodología para la realización de las dinámicas de taller también es grupal, libre y participativa, fomentando la creatividad y la propuesta de ideas originales. Para ello, empleamos detonantes visuales y técnicas de expresión corporal a fin de que su potencial creativo y simbólico conecte con sus intereses vitales e inmediatos en relación con la temática de los estereotipos y la diversidad.

Durante ambas sesiones contamos con el apoyo de dos mediadores/as con diversidad funcional del proyecto *Formando mediadores* que, como se ha comentado, se implican en numerosas tareas de apoyo.

4.2. Reflexión y dinámica detonante

Como punto de partida para suscitar la reflexión sobre la necesidad de observar con mirada crítica las imágenes, textos o campañas de publicidad, se utiliza la metáfora de las “gafas de los estereotipos”. Usar estas “gafas” conlleva aceptar de forma acrítica el modelo androcéntrico dominante, lo que nos lleva a juzgar la riqueza que aporta la diversidad de un modo limitado y limitante. Bajo su óptica se observan formas de ser y estar que constriñen y condicionan a las personas, tanto en los medios de comunicación y las redes sociales como en las obras de arte, ya sean actuales o realizadas siglos atrás.

Sugerimos a los grupos que se coloquen estas “gafas” al inicio de la primera sesión para focalizar en los estereotipos y debatir acerca de si afectan por igual a mujeres y hombres con y sin diversidad funcional; para pensar en si estas etiquetas influyen desde la infancia o se marcan más en la edad adulta; para visibilizar el rechazo que, en ocasiones, la sociedad impone a las personas que no se ajustan a esos patrones; para conocer estrategias que enfrenen esas imposiciones, y para evidenciar el papel que juegan el arte y la publicidad en la reversión de estos procesos.



Fig. 2. ©Archivo MNP. Reflexión y dinámica detonante: Siluetas y objetos [fotografía]

Antes de dirigirnos a las salas del Museo se realiza una dinámica detonante, a fin de introducir los conceptos clave que se trabajarán a lo largo de las dos sesiones de desarrollo de la actividad. Para ello colocamos, en una pared del espacio de talleres, dos figuras de vinilo a tamaño natural, una silueta de mujer y otra de hombre, claramente estereotipadas, con rasgos físicos exagerados, en colores rosa y azul. Por otro lado, presentamos una serie de objetos (en su mayoría vinculados a las obras de arte que analizaremos en el recorrido por el Museo), así como diferentes carteles

con cualidades históricamente asignadas a estos géneros (inteligencia, poder, valentía o fortaleza, habitualmente ligados a representaciones masculinas; y sensualidad, debilidad, entrega o sensibilidad, frecuentemente asociados a figuras femeninas).

De modo orgánico y participativo, el grupo y sus acompañantes observan los objetos y los carteles, con la consigna de situarlos junto a una de las siluetas, de acuerdo con los prejuicios que suelen reforzar ciertos estereotipos de género. Además, hay etiquetas en blanco, para que los y las participantes puedan proponer atributos, adjetivos o cualidades que les parezcan ligadas a alguno de los dos géneros binarios.

Durante la puesta en común exponen los motivos por los que han colocado los objetos, palabras y etiquetas junto a una u otra silueta. De este modo, se visualiza cómo la definición de los géneros obedece a una construcción social y cultural que se va afianzando en cada persona, frecuentemente de un modo inconsciente y exento de reflexión.

4.3. Primera sesión: focalizando en estereotipos

Una vez realizada la dinámica anterior, iniciamos el recorrido por las salas del Museo para observar cuatro obras y analizar cómo los mensajes que transmiten pueden llegar a condicionar nuestra forma de pensar, nuestras actitudes y nuestros comportamientos.

La primera parada es en la obra *Venus recreándose en la música*⁶, pintada por Tiziano en 1550. En la escena aparecen la diosa Venus y un organista con un marcado contraste de género, ya que ella está desnuda y recostada en actitud pasiva, mientras que él, vestido y con una espada en la cintura, se inclina para mirar el cuerpo de Venus. Aunque, en principio, Tiziano pintó a Venus sosteniendo la mirada al hombre, su conducta se tachó de provocadora, por lo que el pintor modificó la escena, dirigiendo su rostro hacia el perrillo que la acompaña. De tal modo que Venus solo es receptora pasiva de las miradas, tanto del organista como de quien mira el cuadro, personificando, así, el rol de mujer-objeto. Esta obra suscita el debate en torno a la excesiva presencia de mujeres desnudas y sexualizadas en el arte y la publicidad, así como sobre la histórica invisibilización de la mujer como sujeto creador. En el año 2007 el Observatorio de la Imagen del Instituto de la Mujer consiguió que una marca de moda italiana retirara el anuncio en el que un hombre sujetaba por las muñecas a una mujer tumbada en el suelo, mientras otros tres hombres de pie contemplaban la escena, en alusión directa a un delito de violación que atentaba contra la integridad de las mujeres.

La segunda parada la realizamos ante *Camilla Gonzaga, Condesa de San Segundo, y sus hijos*⁷, pintada por Parmigianino entre 1533 y 1535. En esta pintura aparecen Camilla Gonzaga y tres de los seis hijos que tuvo con su marido, el Conde de San Segundo. Se subraya, aquí, su papel de esposa y madre, a pesar de que mantuvo un papel activo en la promoción de sus hijos y colaboró ampliamente con su esposo en los negocios y en la defensa de los territorios de la familia⁸. Este cuadro ayuda a reconocer la representación del modelo tradicional de mujer como esposa y madre en el ámbito privado, al tiempo que articula la reflexión en torno a las infinitas formas de ser madre y la importancia de legitimar los roles de las mujeres más allá de la maternidad, bien porque no quieran o no puedan serlo. En la publicidad todavía se sigue empleando la imagen de mujer completamente entregada a su familia y única responsable de los quehaceres domésticos, para la venta de determinados productos de higiene y limpieza para el hogar. En el año 2019 una cadena de grandes almacenes española lanzaba una campaña para animar a comprar regalos por el día de la madre con el siguiente mensaje: “97% entregada; 3% egoísmo; 0% quejas: 100% MADRE” que perpetuaba el rol tradicional identificado en Camilla Gonzaga.

La tercera parada es ante *La muerte de Viriato, jefe de los lusitanos*⁹, pintada por José de Madrazo en 1807. La figura principal de esta obra es la del difunto general lusitano Viriato, que aparece rodeado de sus hombres más allegados. Junto a él están sus armas y en la cabecera hay varios estandartes y trofeos ganados en batalla a los romanos. Este cuadro exalta el valor de los líderes y los guerreros desde una óptica estereotipada, en la que el hombre ha de ser un héroe valiente, dispuesto siempre a luchar y a demostrar su fortaleza sin expresar sus emociones. Así es cómo el imaginario colectivo ha construido una idea de masculinidad desde referentes basados en la fuerza, el poder y la violencia, que resulta especialmente evidente en algunos anuncios publicitarios de colonias, desodorantes y marcas deportivas para hombre. Desde el año 2015, el anuncio de una fragancia para hombres muestra a un jugador de rugby poderoso, fuerte, victorioso, casi equiparado con un dios del Olimpo quien, tras vencer a sus contrincantes con un único chasquido de dedos, recibe una copa como premio y un grupo de mujeres solícitas le esperan en el vestuario.

La cuarta parada es en *Los poetas contemporáneos. Una lectura de Zorrilla en el estudio del pintor*¹⁰, pintado por Antonio María Esquivel en 1846. Este cuadro reúne a algunos de los hombres que formaban parte del ambiente intelectual, artístico y cultural del siglo XIX. Lo que más llama la atención a todos los grupos participantes es que a este evento no se haya invitado a ninguna mujer que, por compartir oficio con Zorrilla, podría ser el caso de las escri-

⁶ <https://www.museodelprado.es/coleccion/obra-de-arte/venus-recreandose-en-la-musica/3318ce42-8836-4867-acf7-276e1870294c>

⁷ <https://www.museodelprado.es/coleccion/obra-de-arte/camilla-gonzaga-condesa-de-san-segundo-y-sus-hijos/fc66fb6b-d364-4369-b000-c9a-394aa7256>

⁸ <https://www.museodelprado.es/recorrido/los-trabajos-de-las-mujeres/fc7d815d-56dc-4f06-87b7-dae8f8176aa1>

⁹ <https://www.museodelprado.es/coleccion/obra-de-arte/la-muerte-de-viriato-jefe-de-los-lusitanos/c0d44a18-bef0-407c-befe-5f85ad56062e>

¹⁰ <https://www.museodelprado.es/coleccion/obra-de-arte/los-poetas-contemporaneos-una-lectura-de-zorrilla/3a2f6b1a-9d87-4f5b-855b-3c84981a98e6>

toras Gertrudis Gómez de Avellaneda, Carolina Coronado o María Mendoza de Vives¹¹. De este modo, se evidencian las diferencias entre hombres y mujeres para conseguir acceso y reconocimiento en el espacio público e intelectual, así como las dificultades que tenían las mujeres para formarse en artes y otras disciplinas durante el siglo XIX. En la publicidad siguen existiendo estereotipos sexistas a la hora de representar a mujeres y hombres en anuncios de banca y negocios, así como en el empleo de dispositivos electrónicos y *apps*, asociados a un mayor estatus social. En el año 2020, un anuncio de una Universidad española anunciaba uno de sus cursos con el siguiente mensaje: “Si tu madre no sabe pronunciar a lo que te quieres dedicar eres un futuro Digital Worker”.

Como hemos visto, si trabajamos la interpretación de las obras un paso más allá de su tradicional lectura histórica y académica, encontramos que subyacen en todas ellas lecturas de género que van a aflorar durante la conversación con el grupo. Su actualidad queda patente al poner en diálogo cada una de estas obras con campañas publicitarias que mostramos a través de una tableta. En todos los grupos sorprende que la vigencia de esos estereotipos representados hace cientos de años continúe, hoy en día, sin apenas variación.

4.4. Segunda sesión: subversión de estereotipos y taller creativo

Durante la segunda sesión nos quitamos las “gafas de los estereotipos” para poner el foco en dos obras que cuestionan las tradicionales etiquetas de género que examinamos durante la primera sesión. Así, el cuadro *La actriz Doña María Guerrero como la Dama Boba*¹², pintado por Joaquín Sorolla en 1906, retrata a una mujer intelectual, actriz y empresaria. Conocida y muy admirada dentro y fuera de España, María Guerrero formó parte del cambio cultural de finales del siglo XIX y principios del XX (creación de teatros y espacios dedicados a tertulias, cafés, zarzuelas y cuplés), favoreciendo que otras mujeres pudieran sumarse a este cambio. Además, compró un teatro con su marido, donde fijó su residencia que, hoy en día, es sede del Centro Dramático Nacional y lleva su nombre. Esta obra la relacionamos con dos anuncios que realiza una conocida nadadora olímpica española para publicitar un coche (2019) y una Universidad española (2017), poniendo el acento en su profesión y en los logros obtenidos en un ámbito que sigue teniendo importantes trabas para las mujeres.

Por su parte, la obra *Conversión del Duque de Gandía*¹³, pintada por José Moreno Carbonero en 1884, sugiere un modelo de hombre sensible, afectuoso y cuidadoso, que no esconde sus emociones y rompe a llorar delante de toda la corte para mostrar su dolor por la muerte, en 1539, de la emperatriz Isabel de Portugal, a quien él servía. Esta obra enlaza con el anuncio de una marca española de maquinillas de afeitar (2019) que, mediante el eslogan: “Hay que ser muy hombre”, focalizan en el concepto de las nuevas masculinidades y en las múltiples maneras que existen de ser hombre fuera del corsé androcéntrico impuesto. Y es que, como señalan Alonso y López (2019, p.24), “cambiar las relaciones desiguales de poder no significa solo cambiar la situación de las mujeres, significa también cambiar a los hombres”.



Fig. 3. ©Archivo MNP. El grupo frente a la obra “Conversión del Duque de Gandía” [fotografía]

Tras comentar estas dos obras, lanzamos a los grupos la propuesta de continuar investigando otras “gafas” con las que mirar el arte y la publicidad de forma crítica y reflexiva. Después de visionar algunas propuestas artísticas que han subvertido y evidenciado estos estereotipos, les invitamos a participar en un taller creativo donde el género pueda expresarse libremente a través de una propuesta escénica.

¹¹ L The Girl in Black. [@thegirlinblack]. (2020, 27 de julio). Gafas que visibilizan otras realidades [Retweet]. Twitter. https://twitter.com/museodelprado/status/1287654149711106049/retweets/with_comments

¹² <https://www.museodelprado.es/coleccion/obra-de-arte/la-actriz-doa-maria-guerrero-como-la-dama-boba/d14cf38e-41f1-441b-976c-a0be42f09277>

¹³ <https://www.museodelprado.es/coleccion/obra-de-arte/conversion-del-duque-de-gandia/a680e3f5-32f3-45a2-ada6-c8ae5e84da0f>

Tomando como punto de partida las obras *Venus recreándose en la música* y *La muerte de Viriato, jefe de los lusitanos*, el grupo reinterpreta ambas imágenes, aporta otras lecturas y redefine las identidades de los personajes. A través de elementos performativos, los y las participantes teatralizan nuevas historias en las que subvierten los roles de género, los comportamientos, o las formas de hablar y actuar estereotipadas.

Con estos actos performativos se evidencia que las reglas de género, socialmente impuestas, pueden ser transgredidas y, además, están en constante cambio y redefinición. A través de su implicación y participación directa en la creación de estas dinámicas teatrales, quienes participan vivencian el hecho de que el género está culturalmente construido, y que así ha sido a lo largo de la historia. Al articular las nuevas propuestas narrativas desde un lugar de libertad, el grupo interioriza el poder que se adquiere al romper con la norma dominante y crear otras formas de ser y estar que pueden resultar de una mezcla de identidades diversas: guerreros con tocados y collares de perlas, mujeres empuñando espadas y meciendo libros en la cuna, hombres con miedo que lloran, mujeres que crean arte, hombres enamorados de hombres, mujeres que aman a mujeres o personas que no se identifican como mujer ni como hombre. Todas estas narrativas ponen el acento en el valor de la diversidad y de las distintas capacidades físicas y mentales.

Como acción simbólica final, los grupos participantes eliminan o cambian de sitio las “etiquetas” que hay sobre las siluetas de la mujer y el hombre sobre las que trabajaron el primer día, para evidenciar que esas cualidades y atributos no deben condicionar nuestra libre expresión de género.



Fig. 4. ©Archivo MNP. Acto performativo frente a las siluetas [fotografía]

4.5. Adaptación del proyecto a tiempos de pandemia

Debido a la situación sanitaria actual, desde el programa *Prado Inclusivo* hemos querido mantener y reforzar el contacto con el tejido social, con ese entorno más próximo y con esos colectivos que han sido los más vulnerables durante esta crisis. El arte y la cultura deben contribuir a reparar las heridas que la pandemia ha dejado en nuestra sociedad, y por ello era necesario que el Museo realizase los aprendizajes necesarios para construir nuevas formas de relación cercanas y flexibles, evitando dejar atrás a sus públicos.



Fig. 5. ©Archivo MNP. Sesión online [captura de pantalla]

Durante la mayor parte del curso 2020-2021 el desarrollo de las actividades ha sido posible apoyándonos en herramientas tecnológicas que permiten llevar a cabo las propuestas -total o parcialmente- a distancia. *Prado Inclusivo* ha renovado y flexibilizado las modalidades de participación en el programa, ofreciendo la posibilidad de desarrollar sesiones en el Museo, en las entidades sociales, mediante plataformas online, o de forma autónoma contando con apoyo y asesoramiento.

En el caso del proyecto *Sui generis. Arte, publicidad y estereotipos*, hemos volcado todo el contenido de ambas sesiones en dos imágenes interactivas (empleando la herramienta *genial.ly*)¹⁴, lo que nos ha permitido contar con un recurso más versátil y atractivo, que se puede utilizar tanto a través de videoconferencia como de forma autónoma. Por otra parte, dada la imposibilidad de llevar a cabo las dinámicas teatrales a distancia, hemos sustituido el acto performativo final por la creación de un *storyboard*¹⁵ en el que, de manera grupal, desarrollamos el guion de un anuncio publicitario libre de estereotipos de género y que abogue por la diversidad. Por tanto, han cambiado las herramientas de comunicación y de expresión, pero se ha mantenido la esencia del planteamiento y de la reflexión que las personas con diversidad funcional realizan durante las dos sesiones de trabajo.



Fig. 6. ©Archivo MNP. Storyboard [captura de pantalla]

Además, durante el mes de julio de 2020 se abrió la participación en este proyecto a toda la ciudadanía, en un contexto fuertemente marcado por la pandemia de Covid-19. El contenido se hizo público en el marco de la iniciativa *El Prado contigo*, consistente en multitud de acciones *online* que permitieron mantener el contacto y la interacción con el público incluso durante el tiempo que el Museo tuvo que permanecer cerrado.

En concreto, se realizaron cuatro publicaciones¹⁶ (una por semana) en la página web del Museo del Prado con los siguientes epígrafes, que tratan los mismos temas que se abordan en la actividad, ampliados con otros materiales y sugerencias que invitan a la reflexión: “Somos personas, no objetos”; “Cuando me muestro, soy valiente”; “Mujeres visibles” y “Gafas que visibilizan otras realidades”.

En cada epígrafe se presentaba una de las obras de recorrido, complementada con una propuesta de reflexión-acción. Por ejemplo, siguiendo la estrategia de las *Guerrilla Girls*¹⁷, animábamos a hacer un fotomontaje de denuncia, utilizando una máscara de gorila en anuncios publicitarios donde las mujeres tuvieran un rol de objeto sexual. Otras propuestas fueron: difundir a través de las redes sociales fotografías o mensajes que mostraran formas diferentes de ser hombre; crear un slogan que recogiese la trayectoria vital, profesional, académica y/o social de mujeres olvidadas por la historia; y compartir una fotografía personal portando unas gafas o cualquier otro complemento que simbolizase la percepción particular sobre los estereotipos de género. El público que deseara participar en estas dinámicas podía publicar y compartir sus respuestas creativas a través de las redes sociales del Museo.

El impacto de esta iniciativa ha sido muy positivo para visibilizar el proyecto y generalizar los debates y las reflexiones que se proponen, más allá del público con diversidad funcional. Las visitas a la web y las personas que dijeron disfrutar el contenido fueron elevadas, pero, en contrapartida, hay que decir que la participación en las propuestas de reflexión-acción fue escasa. No obstante, todo el contenido ha quedado incorporado a la página web de forma permanente, y puede ser recuperado y utilizado de un modo muy versátil por parte de colegios, entidades o asociaciones de todo tipo. Con la publicación de este contenido, queda patente que el *diseño universal, todas y todes* en el marco de la educación en museos es el camino a seguir, dejando definitivamente atrás los conceptos de adaptación y especificidad, que frecuentemente revisten un cierto paternalismo y una infantilización de los públicos a los que nos dirigimos, a los que se trata de un modo “diferente”. La evidencia demuestra que los abordajes del Museo y de sus colecciones que se realizan desde la diversidad funcional con rigor, respeto y potenciación de cualidades son relevantes y extrapolables al conjunto de la ciudadanía.

¹⁴ <https://www.genial.ly/es>

¹⁵ <https://www.storyboardthat.com/es/creador-de-guiones-gr%C3%A1ficos>

¹⁶ <https://www.museodelprado.es/recurso/sui-generis-arte-publicidad-y-estereotipos/5dcf814d-9cee-433d-90e1-a8c4cd1a3a39>

¹⁷ <https://www.guerrillagirls.com/>

5. Conclusiones y prospectiva

La puesta en marcha del proyecto *Sui géneris. Arte, publicidad y estereotipos* debe ser valorada muy positivamente, ya que supone una acción continuada en el tiempo -con diferentes grupos- que permite abordar obras de la colección del Museo desde una perspectiva de género, algo que hemos visto que puede ser especialmente relevante para los colectivos de personas con diversidad funcional.

La valoración de los centros participantes (tanto a través de cuestionarios de evaluación, como de modo informal) es muy positiva, sobre todo en aspectos como la elección de la propia temática y las obras, la adaptación de los materiales, las dinámicas participativas o el lenguaje y la metodología empleados. Es cierto que en dos sesiones resulta difícil que se produzcan cambios y transformaciones que tengan un fuerte impacto en las creencias sobre la cuestión de género, pero se destaca la utilidad del material y de las propuestas para seguir profundizando en los centros de forma autónoma. De hecho, son numerosas las entidades para las que la participación en este proyecto supone un eslabón más de un trabajo continuado y unos planteamientos educativos basados en la tolerancia y el respeto.

La metodología de acercamiento a las obras, con el acompañamiento de la educadora y el/la mediador/a resulta siempre motivadora y da lugar a emergentes que permiten detectar problemáticas que pueden afectar al grupo y dialogar sobre ellas. La mayoría están relacionadas con la discriminación hacia la diversidad funcional, la violencia hacia las mujeres y sexualidades no normativas, las dificultades de accesibilidad en determinados contextos y las vivencias personales de su sexualidad.

La vinculación con los elementos publicitarios sexistas ha resultado ser un acierto, ya que sirve para activar de un modo mucho más directo esa mirada crítica y con perspectiva de género que puede no formar parte de sus herramientas de lectura del entorno que les rodea. La introducción de ejemplos artísticos, publicitarios y reivindicativos que deconstruyen los estereotipos de género suele resultar también muy impactante para los grupos participantes.

El taller performativo de ruptura de los estereotipos de género resulta, a veces, difícil de entender, debido al cambio conceptual que supone y al poco tiempo que suele quedar para llevar a cabo un proceso que requiere también de variaciones en la expresión verbal o corporal. No obstante, los resultados son satisfactorios y la propuesta podría dar mucho más de sí si se contase con más tiempo y recursos para su desarrollo. El taller de *storyboard* que se realiza cuando los grupos participan a distancia resulta algo más intuitivo, y también más sencillo al no implicar la asunción personal de un rol o un papel distinto al habitual. Además, en este formato, resulta más frecuente que desde los centros participantes se dedique un tiempo más amplio a desarrollar la propuesta con tranquilidad que cuando se hace en el Museo.

La demanda para participar en esta actividad se ha mantenido alta a pesar de la situación de pandemia, lo cual es muy destacable y, en cierto modo, sintomático de la pertinencia de la temática y de la normalización de la presencia de las personas con diversidad funcional en los entornos museísticos. Entendemos que se ha valorado positivamente el esfuerzo de flexibilidad y la capacidad de adaptación a las nuevas circunstancias. Es frecuente, además, que los centros que participan quieran repetir con otros grupos o den a conocer la posibilidad a otros recursos de su misma entidad.

La modalidad *online* ha abierto también otras puertas hasta ahora cerradas, como la posibilidad de asistir a grupos de otras provincias distintas a Madrid, e incluso ha habido algún grupo que ha solicitado la actividad desde el otro lado del Atlántico. De manera análoga, ha habido centros que han dado la posibilidad de participar *online* a personas que, por diferentes circunstancias, nunca habían podido visitar el Museo para disfrutar de una actividad de estas características.

En realidad, este proyecto es solamente un eslabón más en el importante trabajo de revisión del discurso con perspectiva de género que se está llevando a cabo en el Museo del Prado, que incluye exposiciones, adquisición y muestra de obras, jornadas y conferencias, itinerarios, festivales, o proyectos comunitarios. La actividad *Sui géneris. Arte, publicidad y estereotipos* puede tener continuidad en sus diferentes formatos y podría resultar exportable para otros públicos distintos. En un futuro próximo se pretende simultanear la oferta presencial con la oferta *online*, llegando así a un mayor número de personas. La reorganización de las colecciones puede dar lugar también a una renovación de las obras que componen el recorrido y de las temáticas concretas que se abordan.

Cabe destacar, por último, que este proyecto resulta novedoso en relación con otros ejemplos citados, como los del MNCARS (González, 2016), en tanto que hace converger por vez primera la diversidad funcional y la diversidad de género en una actividad educativa llevada a cabo en Museos, atendiendo a una problemática de doble discriminación muy presente en las entidades sociales pero ciertamente todavía bastante invisible en nuestros museos. En este sentido, el proyecto *Formando mediadores*, también avanza un paso más con respecto a sus predecesores en el contexto de las acciones de empoderamiento de las personas con diversidad funcional, puesto que éstas se erigen en transmisoras de cuestiones y circunstancias que las atraviesan de modo directo.

6. Referencias bibliográficas

- Alonso, B. y López, A. (2019). *Vístete despacio ¡qué tenemos prisa! Claves para el trabajo con hombres y masculinidades como estrategia para el logro de la igualdad*. Área de Igualdad y No Discriminación, Fundación CEPAIM.
- Barrera, L. y Peñafiel, I. (Directores). (2006) *¿Qué tienes debajo del sombrero?* [Documental]. España.
- Butler, J. (1993). *Bodies that matter. On the discursive limits of "sex"*. Nueva York: Routledge.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad* (M.A Muñoz, trad.). Paidós. (Original publicado en 1999).

- CERMI (2019). *El derecho a la salud de las niñas y mujeres con discapacidad. Informe España 2019*. Madrid: Cinca. Recuperado de: https://www.cermi.es/sites/default/files/docs/colecciones/Generosidad%2012_0.pdf
- Comisión Europea (2020). *Trabajar por una unión de la igualdad: La estrategia para la igualdad de género 2020-2025*. Recuperado de: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/aid_development_cooperation_fundamental_rights/gender_equality_strategy_factsheet_es.pdf
- Dierssen, M. (2010). Una visión del arte desde la neurobiología de la discapacidad intelectual. *Arte Contemporáneo y Educación Especial*. La Panera, CDAN y Es Baluard, Huesca, 147-154.
- Gardner, H. (1995). *Inteligencias múltiples. La teoría en la práctica*. Barcelona: Paidós.
- Garland-Thomson, R. (2001). *Re-shaping, Re-thinking, Re-defining: Feminist Disability Studies*. Washington D.C. Center for Women Policy Studies. Recuperado de: <https://www.womenenabled.org/pdfs/Garland-Thomson,Rosemarie,RedefiningFeministDisabilitiesStudiesCWPR2001.pdf>
- Garland-Thomson, R. (2005). Feminist disability studies. *Feminist Studies*, 30(2), 1557-1587.
- González, S. (2015). Accesibilidad, autonomía y aportación de las personas con discapacidad en los museos del siglo XXI. En *Conect@. Un proyecto de colaboración entre personas con diferentes capacidades para promover la plena accesibilidad a la cultura* (pp. 65-89). Madrid: MNCARS. https://www.museoreinasofia.es/sites/default/files/publicaciones/textos-en-descarga/conecta_media.pdf
- González, S. y Moñivas, E. (2015). Marco teórico y metodológico del trabajo desarrollado con el arte contemporáneo en el proyecto Conect@. En *Conect@. Un proyecto de colaboración entre personas con diferentes capacidades para promover la plena accesibilidad a la cultura* (pp. 143-164). Madrid: MNCARS. https://www.museoreinasofia.es/sites/default/files/publicaciones/textos-en-descarga/conecta_media.pdf
- González, S. (2016). Desarrollo de los programas de accesibilidad con personas con discapacidad intelectual en el Museo Reina Sofía. Hacia el diseño para todos y el empoderamiento de los colectivos. *Revista Her & Mus*, 6(16), 83-99.
- González, S., San José, O. y Trigo, C. (2018). Formando mediadores: capacidades diversas que construyen un Museo del Prado para todos. En: *Actas del IV Congreso Internacional Educación y Accesibilidad en Museos y Patrimonio*. Lisboa: ICOM.
- Haraway, D. (1988). Situated knowledges: the science question in Feminism and the privilege of partial perspective. *Feminist Studies*, 14 (3), 575-599.
- Jan. F. (2002). Introducción. En: *Arte y creatividad de las personas con discapacidad intelectual*. Bruselas: Inclusion Europe.
- Lloyd, M. (1992). Does she boil eggs? Towards a feminist model of disability. *Disability, Handicap & Society*, 7 (3), 207-221.
- Magnabosco, M. & Souza, L. (2019). Aproximações possíveis entre os estudos da deficiência e as teorias feministas e de gênero. *Revista Estudos Feministas*, 27(2). DOI: 10.1590/1806-9584-2019v27n256147
- Matxinbarrena, M., Gabilondo, A. y Sáez, A. (2013). *Mundo Extreme*. Madrid: La Casa Encendida. <https://www.lacasaencendida.es/en/publicaciones/mundo-extreme-3588>
- McRuer, R. (2006). *Crip Theory: cultural signs of queerness and disability*. New York: New York University Press.
- Ministerio de Educación Cultura y Deporte (2015). *Museos+ Sociales. Un mayor compromiso social de los museos de la Secretaría de Estado de Cultura*. Recuperado de: <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:3c1f1047-c35a-4110-a5e0-6b1a1f6e027f/planmuseosmassociales-con-vinculos.pdf>
- Ministerio de Educación Cultura y Deporte (2017). *Museo Nacional del Prado. Plan de actuación 2017-2020*. Recuperado de: https://content3.cdnprado.net/doclinks/pdf/museo/plan-actuacion/plan_actuacion_2017.pdf
- Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad (2011). *Estrategia integral española de cultura para todos. Accesibilidad a la cultura de las personas con discapacidad*. Recuperado de: https://www.mscbs.gob.es/ssi/discapacidad/docs/estrategia_cultura_para_todos.pdf
- Morris, J. (1993). Feminism and disability. *Feminist Review*, 43, 55-67.
- Moscoco, M. y Arnau, S. (2016). Lo Queer y lo Crip, como formas de re-apropiación de la dignidad disidente. Una conversación con Robert McRuer. *Ilemata* 20, 137-144. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5329396.pdf>
- Novoa, J. A. (2016). *Justicia versus relato*. Foro de vida independiente y divertad. Recuperado de: <http://forovidaindependiente.org/tag/diversidad-funcional/>
- Organización Naciones Unidas (2006). *Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad*. Recuperado de: <https://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>
- Organización Naciones Unidas (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible*. Recuperado de: https://www.agenda2030.gob.es/recursos/docs/APROBACION_AGENDA_2030.pdf
- Palacios, A. (2008). *El modelo social de discapacidad: orígenes, caracterización y plasmación en la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad*. Madrid: Ediciones Cinca.
- Sánchez, A. (2018, 30 de agosto). *Museos comunes, ciudadanía y los límites de la institucionalidad* [ponencia]. El Museo y sus narrativas. Cursos de verano de El Escorial. https://youtu.be/jiR_DSNz2-4
- Verdugo, M. A. (trad.) (2011). *Discapacidad intelectual: definición, clasificación y sistemas de apoyo* (11ª ed.). Madrid: Alianza.