

# FACTORES RELACIONADOS CON LA EQUIDAD DE GÉNERO EN EDUCACIÓN FÍSICA: INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

*Castillo Andrés, Óscar del*

*Departamento de Educación Física y Deporte  
Universidad de Sevilla  
ocastillo@us.es*

## Resumen

La presente ponencia muestra los resultados de un cuestionario sobre la discriminación de género en Enseñanza Secundaria Obligatoria. El estudio pretende valorar la información discriminatoria transmitida hacia la mujer por los medios de comunicación y su influencia en la construcción equitativa del género del alumnado. Nuestros resultados muestran conductas sexistas, tanto cualitativas como cuantitativas, en los modelos presentados, la actitud deportiva vinculada a cada sexo, el interés deportivo y el consumo televisivo por género.

**Palabras clave:** equidad de género, discriminación de género, educación secundaria obligatoria, encuesta, educación física, medios de comunicación.

## 1.- INTRODUCCIÓN

Este artículo presenta los resultados de un cuestionario sobre el posible impacto de los medios de comunicación como agente sexista a la hora de transmitir la información relacionada con la actividad físico-deportiva, y por tanto, con gran vinculación hacia las clases de Educación Física (conocida como sesión práctica), en el nivel de Enseñanza Secundaria Obligatoria (ESO).

En la sociedad actual, todavía son muchas las barreras que separan a hombres y mujeres. Una de ellas, que aún hoy presenta un fuerte arraigo en la Europa de comienzos del siglo XXI, es la transmisión del sexismo dentro de nuestro Sistema Educativo. Dicho sexismo, parte de la percepción de que los dos sexos son diferentes, percepción apoyada por las características del modelo patriarcal en el que nos encontramos inmersos (Díaz-Loving, Rivera y Sánchez, 2001). En este sentido, la población española se presenta como un grupo social en el cual han estado fuertemente marcados y arraigados los roles de género para cada uno de los sexos. En consecuencia, nos encontramos ante una sociedad muy jerarquizada y con una gran segmentación de género. Esta división sitúa al hombre en la producción y protección familiar, asumiendo valores, actitudes y normas relacionadas con cualidades consideradas masculinas o instrumentales (valeroso, fuerte de espíritu y apto para obrar con acierto según las circunstancias), y a la mujer *aprendiendo* a ser madre y esposa adquiriendo cualidades femeninas o expresivas dentro de su rol (afectiva, delicada, sumisa, abnegada, etc.), cualidades que hoy en día se continúan transmitiendo (Blández, Fernández García y Sierra (2007).

Ante esta situación, autoras como Colás (2007) señalan la importancia de la educación en el proceso de transformación de los citados patrones culturales de género. Estudios realizados en la misma línea en el área de Educación Física señalan la influencia que tiene el profesorado como agente socializador en la transmisión de los diferentes



estereotipos, roles, atribuciones, expectativas, etc., que son vinculados a cada género (Blández, Fernández García y Sierra, 2007; García Ferrando, 2006; Morales, 2005; Moya, Expósito y Padilla, 2006; Pavón, Moreno Murcia, Gutiérrez y Sicilia, 2003; Rocha y Díaz-Loving, 2005; Rojas Marcos, 2007). A estos factores potencialmente sexistas, podemos unir aquellos derivados de los medios de comunicación que el profesorado utiliza para reforzar los contenidos de su materia durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, como son los modelos que sirven de ejemplo en sus sesiones prácticas. En este sentido, si nuestras alumnas reciben en Educación Física una *educación diferente* en función de su sexo, padecerán una discriminación por género que se apoyará en una invisibilidad patente desde los modelos de referencia, los intereses, las expectativas, los contenidos, las metodologías y las diferentes prácticas de enseñanza, derivadas de la concepción de la Educación Física *masculina* impartida en nuestros centros. Los estudios realizados por Blández, Fernández y Sierra (2007), Scraton (1992), Talbot (1986), Vázquez, Fernández-García y Ferrero (2000) o Williams y Woodhouse (1996) avalan este aspecto.

Por otro lado, desde la realidad detectada por los informes EURYDICE y OCDE<sup>1</sup>, necesitamos adaptarnos a los cambios que la *Sociedad del Conocimiento* demanda y son necesarios para responder a las nuevas realidades educativas que emergen (Colás, 2007; Esteve, 2006). En esta línea, en el 2006 y 2007 se incorporan en nuestro país las últimas leyes en materia de igualdad (Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo) y educación [Ley Orgánica de Educación 2/2006 de 3 de mayo (LOE), junto con sus adaptaciones a las distintas Comunidades Autónomas (en el caso de Andalucía, la Ley 17/2007 de Educación en Andalucía, de 10 de diciembre (LEA)], con el propósito de mejorar de forma cualitativa la enseñanza en todas las áreas de conocimiento, entre ellas, la Educación Física.

Bajo este planteamiento, el profesorado de Educación Física se convierte en elemento clave en la calidad de la enseñanza (Carreiro da Costa, 2006), ya que puede cambiar cualitativamente la integración de las alumnas al tomar decisiones sobre qué y cómo enseñar en su área para conseguir un trato equitativo respecto al género entre hombres y mujeres. En consecuencia, la adaptación a las nuevas normas de enseñanza y aprendizaje, pasa por dotar al profesorado de los conocimientos y didácticas específicas conducentes a la resolución de los problemas planteados en nuestra sociedad (Som y Muros, 2007), en nuestro caso, la falta de equidad que sufren nuestras alumnas por motivos de género.

Así mismo, autores como Barragán y González (2007) señalan la necesidad de revisar la situación educativa planteada y prescrita en currículo. Para nuestra investigación, dicha revisión se centra en uno de los factores que presenta mayor influencia en la construcción de la identidad de género de nuestro alumnado: el uso de la información transmitida por los medios de comunicación y su *potencia* sexista. De este modo capacitaremos al profesorado para la toma de decisiones necesaria ante su intervención social (Boned, Rodríguez, Mayorga y Merino, 2004; Fernández Enguita, 2006), y frente a las finalidades y los valores educativos que, desde una planificación y acción

---

<sup>1</sup> La Agencia Europea de Educación Eurydice publicó en Bruselas entre los años 2002 y 2005 un informe sobre la profesión docente, integrado en la colección *Temas claves de la educación en Europa*. El informe lo forman cuatro volúmenes, referidos a la etapa de educación secundaria obligatoria, más un quinto informe anexo, dedicado al análisis de las reformas de la profesión docente en Europa entre 1975 y 2021. Por su parte, el informe realizado por la OCDE en 2004, plantea el mismo tema, pero con un enfoque hacia la capacitación de *profesores eficientes*.

colaborativa con otros profesionales (Blández, 1996), guiarán su acción docente hacia la equidad de género de su alumnado.

Con este propósito, y de acuerdo a los planteamientos de autores como Cohen y Manion (1990) y Padilla, González y Pérez (1998), hemos elaborado un cuestionario con el cual pretendemos analizar, comprender y reorientar, si fuese necesario, la falta de equidad de género en Educación Física desde el prisma de los medios de comunicación. El cuestionario elaborado se ha construido sobre un total de 76 ítems (fijos-alternativos y de escala tipo Likert) en relación a una serie de dimensiones vinculados con los *mass media* para evidenciar, desde el contexto de práctica diario de las clases de Educación Física, factores discriminantes relativos a la calidad y cantidad de la información transmitida por los citados medios en relación con el género.

Más concretamente, los ítems del cuestionario elaborado en relación con la información transmitida por los medios de comunicación, y que es usada por el profesorado como modelo durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, pretenden responder al siguiente objetivo general de investigación: “Conocer cómo influyen los medios de comunicación en la transmisión del sexismo entre nuestro alumnado”.

## 1. MÉTODO

Basándonos en las propuestas de Colás y Buendía (1998) y Buendía, Colás y Hernández Pina (1997), hemos llevado a cabo una encuesta a partir de la elaboración de un *cuestionario*. Los ítems que a continuación exponemos (figura 1) son parte integrante de un total que, además de estos, recoge ítems sobre las dimensiones estereotipos y roles, agente socializador, mitos y creencias, autoconcepto, atribuciones, motivación y expectativas, dimensiones, relacionados con la influencia de las mismas en la construcción equitativa de la identidad de género de nuestro alumnado.

	Si	No
63.- El objetivo del deporte en televisión es vender productos relacionados con este (zapatillas, camisetas, alimentos, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
64 .- En televisión, revistas, carteles, etc., los hombres y las mujeres que hacen deporte son jóvenes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
65.- La mujer siempre sale guapa y arreglada haciendo deporte.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
66.- El hombre siempre sale guapo y arreglado haciendo deporte.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
67.- La imagen que ves en los medios de comunicación de los hombres y mujeres te hacen sentir inferior, feo/a, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

68.- Cuando vemos un cuerpo desnudo, la mayoría de las veces es:	Hombre	Mujer
--	--------	-------

	Sí	No
69.- ¿Te gusta ver deporte por televisión?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
70.- Debería haber más retransmisiones deportivas de mujeres por televisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
71.- Los hombres de los anuncios son musculosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
72.- Las mujeres de los anuncios son delgadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
73.- ¿Has comprado alguna vez una revista o periódico deportivo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

74.- ¿Con qué frecuencia ves deporte por televisión?	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

*Figura 1. Ítems relacionados con los medios de comunicación*

## 2.1. Muestra

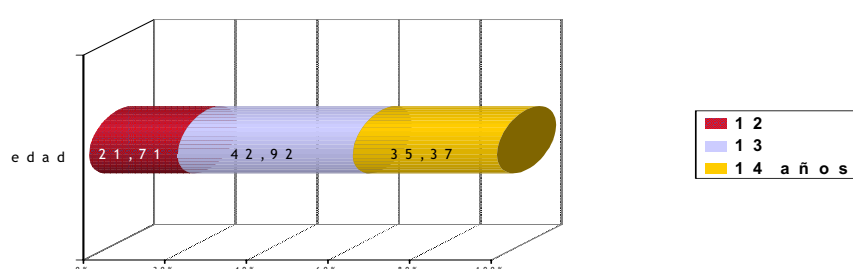
La elección de la muestra, en cuanto a centros y cursos, se realizó mediante *muestreo incidental* (Buendía, Colás y Hernández, 1997), respondiendo a la accesibilidad manifestada por el profesorado para llevar a cabo la recogida de datos necesaria para el estudio de casos propuesto. En la tabla siguiente queda recogido el número de alumnos que han participado según el género (tabla 1):

*Tabla 1. Distribución de la muestra por género*

	Alumnos	Alumnas	Total
<b>Cuestionario</b>	116	82	198

Como se puede observar, la muestra del alumnado presenta una proporción del 58,5% para el género masculino y de un 41,5% para el femenino. De estos datos podemos establecer que la investigación se vincula a ambos sexos.

En cuanto a la dimensión edad del alumnado la muestra estaba comprendida entre los 12 y 14 años (gráfica 1), con una media de  $\bar{X}=13,1$ . Por tanto, nuestra muestra recoge el rango de edad característico de la etapa educativa que se pretende investigar.



*Gráfica 1. Distribución por edades de la muestra*

## 2.2. Procedimiento

Respecto al procedimiento de recogida de datos debemos comenzar señalando que este ha sido llevado a cabo por el propio investigador.

Los datos obtenidos mediante el cuestionario se han analizado mediante el paquete estadístico SPSS, en su versión 13.0.

En lo concerniente al análisis de los datos del cuestionario propuesto en nuestra investigación, estudiamos las dimensiones establecidas teniendo en cuenta que no todos los indicadores poseen los mismos tipos de perfiles y que una serie de preguntas, aquellas que son de respuesta múltiple, deben ser analizadas de manera diferente al resto.

Principalmente, se ha realizado una *estadística descriptiva* a través de un *análisis de contingencias* para ver la situación de los distintos perfiles que han respondido el cuestionario. Para dicho análisis hemos empleado *gráficos de sectores*, midiendo la frecuencia total y excluyendo casos perdidos, y *tablas de contingencias* por sexo.

## 2.3. Instrumento

El instrumento de recogida de datos que aquí presentamos –figura 1– forma parte de otro más exhaustivo denominado “*Encuesta sobre factores psicosociales que afectan al alumnado en la enseñanza equitativa de las clases de Educación Física*”.

Partiendo de los objetivos de nuestra investigación, decidimos desarrollar un instrumento específico para la recogida de datos que dieran respuesta a las necesidades empíricas del estudio en su contexto. Según esta premisa, realizamos un **cuestionario ad hoc** que nos permitió la obtención los datos necesarios para el posterior análisis.

Para el diseño de los distintos ítems seguimos las propuestas de Cohen y Manion (1990)<sup>2</sup>, seleccionando, por su adecuación para nuestra investigación, los *ítems fijos-alternativos* y los *de escala* tipo Likert.

Establecido el diseño de ítems a utilizar en la investigación, definimos el tipo de preguntas que conformaron el cuestionario. Así pues, elegimos los siguientes tipos señalados por Tuckman (1972): preguntas *directas*, *específicas*, *objetivas* y *afirmaciones*.

Como consecuencia de los tipos de preguntas referidos anteriormente, se establecen varias clases de contestaciones o modos de respuesta a las mismas (Tuckman, 1972). De ellas destacamos, por ajustarse a las necesidades de nuestro trabajo de investigación, las siguientes: *respuestas estructuradas*, *no estructuradas*, *de escala*, *lista de comprobación* y *categorizadas*.

---

<sup>2</sup> Cohen y Manion (1990: 385) denominan ítems fijos-alternativos a aquellos que “(...) permiten al informante elegir entre dos o más alternativas”, normalmente en forma dicotómica (Sí / No, etc.). Por otro lado, establecen como ítems de escala “(...) un conjunto de ítems orales para cada uno de los cuales el entrevistador responde indicando grados de acuerdo o desacuerdo” (por ejemplo: ¿Cree que la actividad física es buena para la salud? 1 2 3 4 5. Correspondiendo 1 a *Totalmente en desacuerdo* y 5 a *Muy de acuerdo*).

Por último, la redacción de las preguntas se realizó siguiendo las propuestas de García Alcaraz, Alfaro, Hernández Martínez y Molina (2006), para redactar preguntas fiables (dos encuestados en la misma situación deben responder lo mismo) y válidas (relacionadas con el objetivo del cuestionario), teniendo especial cuidado en que las preguntas no estuviesen sesgadas, fueran incompletas, que su orden no fuera apropiado, etc. Tras este proceso, el total de indicadores con los que conseguimos categorías exhaustivas y mutuamente excluyentes se elevó a 76.

La fiabilidad con la que determinar la consistencia interna de la prueba, y con la cual aseguramos que todos los ítems de la escala son estables en posteriores mediciones recogiendo de modo reproducible lo que se quiere medir, se estableció utilizando el Coeficiente Alpha de Cronbach. El valor Alpha para la escala formada por los ítems aplicados a la muestra de alumnas y alumnos objeto de estudio es de .703, lo que fija la consistencia de nuestro instrumento. Este valor Alpha no varía significativamente si se elimina algunos de los ítems propuestos en el cuestionario.

Por otro lado, la validez del cuestionario ha sido realizada por tres medios distintos: estadísticamente, grupo de expertos y en el centro escolar.

La validez estadística ha sido evaluada por un estadístico especialista de la Universidad de Sevilla como un estudio coherente y de aplicabilidad en el mundo de la Educación Física.

Respecto al grupo de expertos, el cuestionario ha sido estudiado por dos expertos de reconocido prestigio en el ámbito de la educación universitaria, con vínculos en el mundo de la Educación Física.

Por último, la validación en el centro escolar consistió en una prueba piloto dirigida a una muestra representativa de la población estudiada (25 alumnos y 25 alumnas). De esta forma se validó su contenido en cuanto a estructura, terminología, tiempo medio de cumplimentación, etc.

### **3. RESULTADOS**

Comenzamos con el análisis e interpretación de los datos sobre el ítem *¿Te gusta ver el deporte por televisión?* A este respecto, un 72,63% del alumnado encuestado dice que le gusta ver deporte por televisión; por su parte, el 26,26% opina lo contrario –figura 2–. En cuanto a las respuestas dadas a esta pregunta en función del género podemos afirmar que son los alumnos, en un 15,6% más que las alumnas, quienes manifiestan esta predilección.

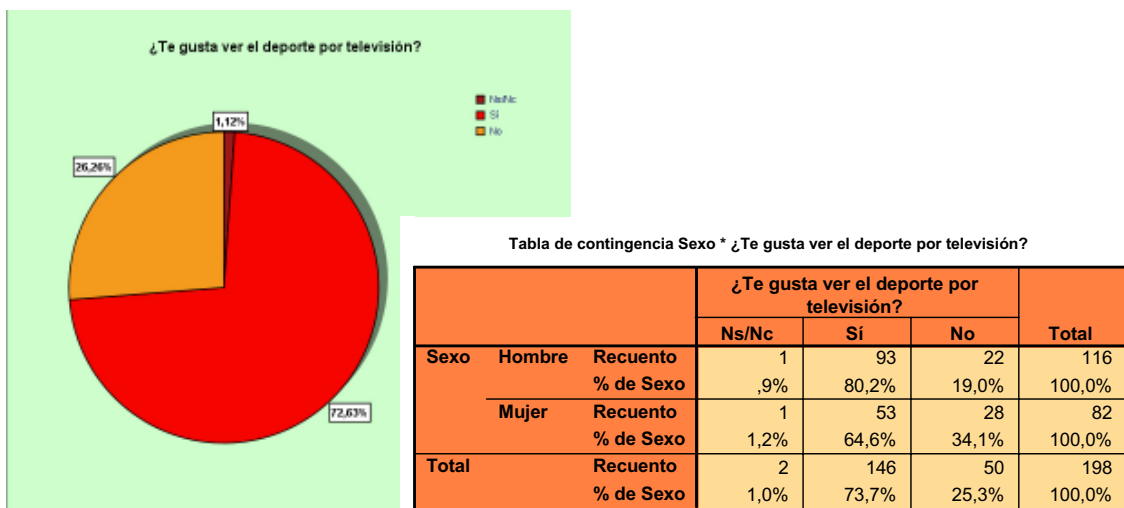


Figura 2. ¿Te gusta ver el deporte por televisión?

Para tener una visión más completa sobre la pregunta anterior, nos interesa saber la frecuencia con la que el alumnado efectúa esta tarea –figura 3, *¿Con qué frecuencia ves deporte por televisión?*–. A este respecto, podemos decir que uno o una de cada cinco alumnos o alumnas dice ver *mucho* deporte por televisión, el 26,82% indica verlo *bastante* y uno o una de cada cinco alumnos o alumnas lo ve de manera *regular* (normal). Por último, el 29,05% dice ver deporte por televisión *poco* o *nada*. En función del género, la tabla de contingencia de la figura correspondiente nos indica que los alumnos ven deporte por televisión con más frecuencia que las alumnas, con diferencias a favor de estos en un 20,6% en el grado *mucho* y un 7,8% en *bastante*. En el sentido opuesto, son las alumnas quienes presentan mayores frecuencias con valores superiores a los alumnos en *regular* (18,4%) y *poco* o *nada* (10,9%).

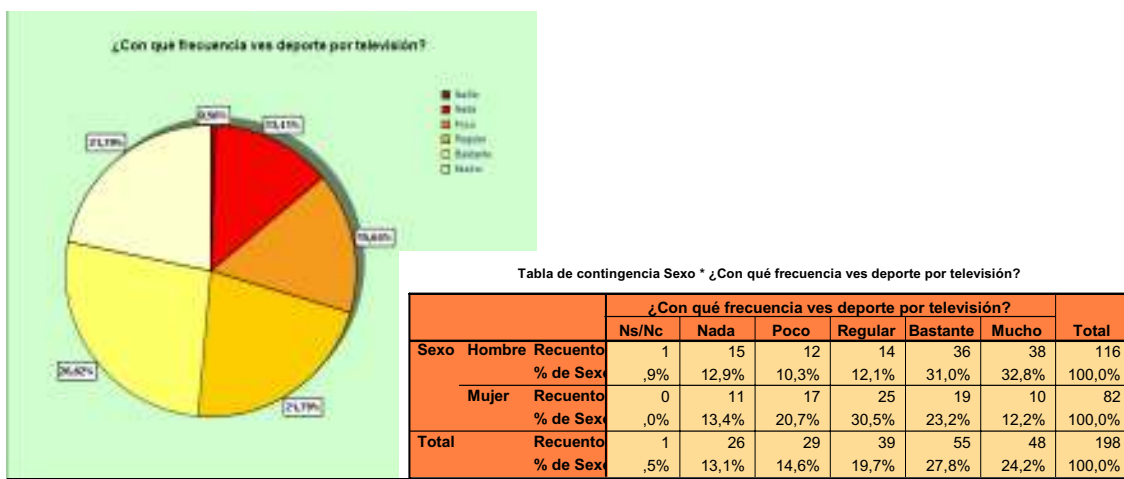


Figura 3. ¿Con qué frecuencia ves deporte por televisión?

Respecto al ítem *El objetivo de deporte en televisión es vender productos relacionados con este (zapatillas, camisetas, alimentos, etc.)* vemos en el gráfico de sectores –figura 4–, que el 43,02% de los individuos encuestados creen que el objetivo del deporte en televisión es vender productos relacionados con él. El resto (56,98%) no opina lo mismo. Interpretando estos datos por género, la tabla de contingencia muestra diferencias a favor de las alumnas con valores poco significativos (2,1%).

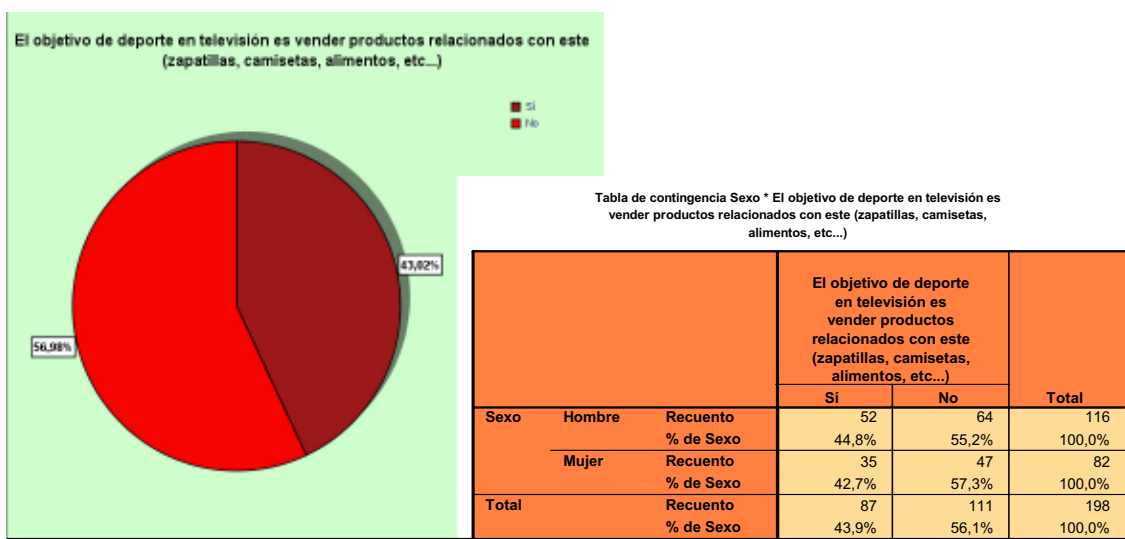


Figura 4. El objetivo de deporte en televisión es vender productos relacionados con este (zapatillas, camisetas, alimentos, etc.)

La demanda de actividad física o deporte femenino en televisión de nuestro alumnado – *Debería haber más retransmisiones deportivas de mujeres por televisión*– queda reflejada del siguiente modo –figura 5–: el 83,8% del alumnado indica que debería haber más retransmisiones deportivas de mujeres por televisión. Esta gran demanda es llevada a cabo de forma muy similar por ambos géneros, como se puede observar en la tabla de contingencia correspondiente, con una ligera diferencia a favor de las alumnas (5,2% más).

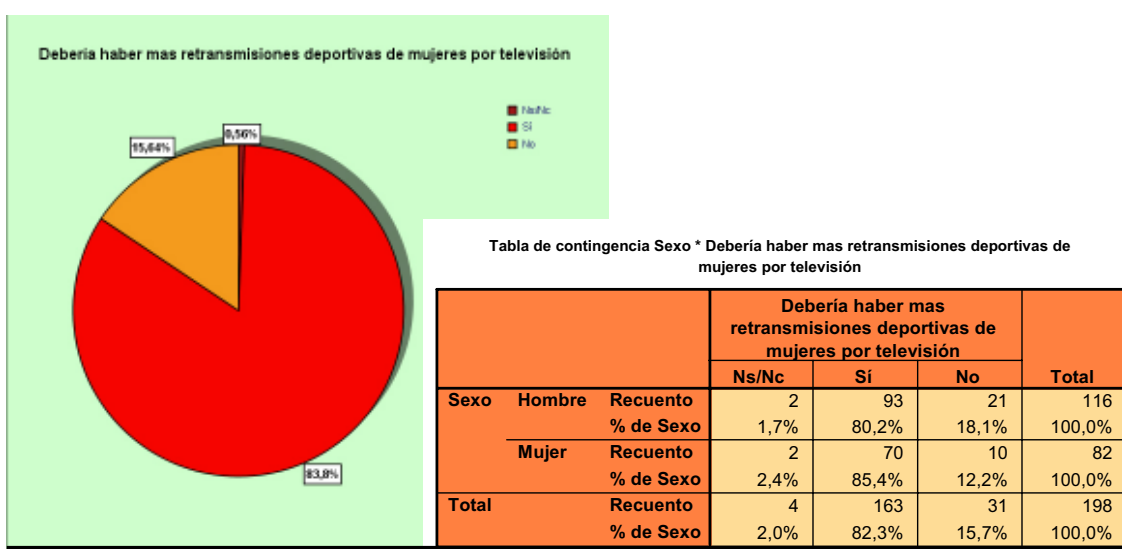
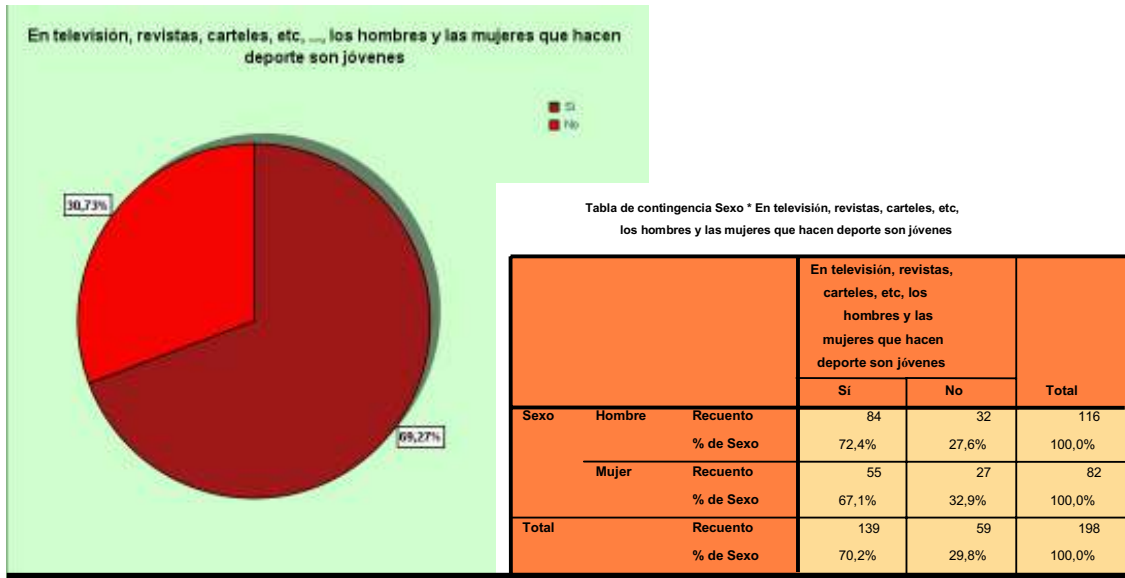


Figura 5. Debería haber más retransmisiones deportivas de mujeres por televisión

Una gran parte del alumnado entrevistado (69,27%) piensa que los modelos deportivos que ve en televisión son jóvenes –*En televisión, revistas, carteles, etc., los hombres y las mujeres que hacen deporte son jóvenes*–, como queda reflejado en la figura 6. En este sentido podemos constatar datos muy parecidos entre las percepciones de los alumnos (72,4%), y de las alumnas (67,1%) de nuestros centros.

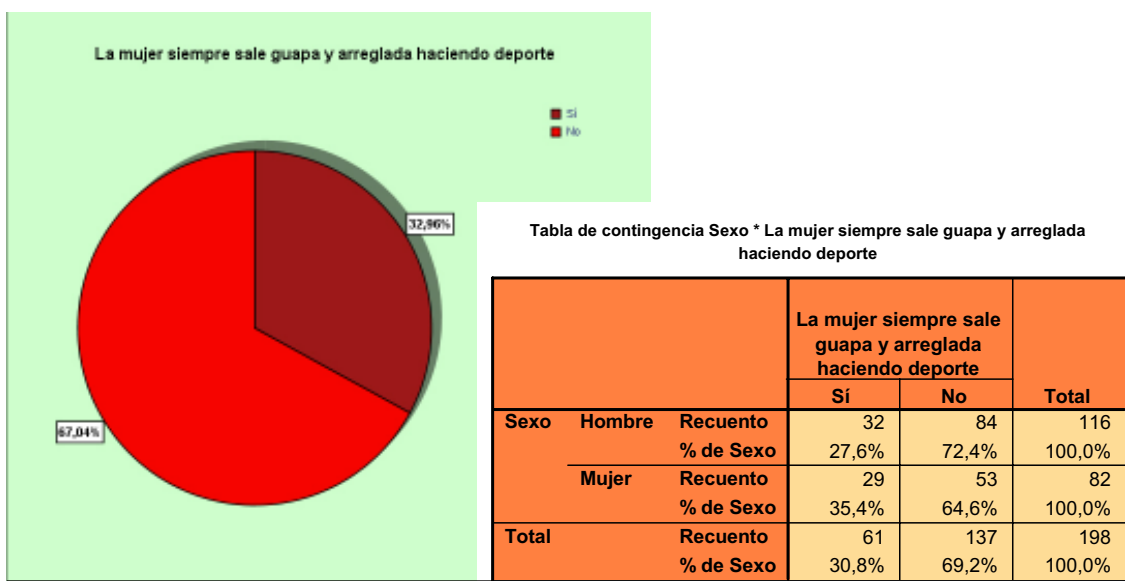




**Figura 6.** En televisión, revistas, carteles, etc., los hombres y las mujeres que hacen deporte son jóvenes

Otro de los modelos sexistas que aparecen continuamente en los medios de comunicación hace referencia a la estética de las deportistas. Para comprobar el calado que tienen dichos modelos entre nuestro alumnado hemos planteado el siguiente ítem: *La mujer siempre sale guapa y arreglada haciendo deporte.*

A la pregunta anterior, el 69,02% de los sujetos encuestados opina que las mujeres *No* siempre salen guapas y arregladas haciendo deporte, mientras el resto indican que *Sí* – figura 7-. Si analizamos esta frecuencia por género, la tabla de contingencia de la misma figura nos muestra que son las alumnas, con un 35,4%, quienes opinan que las mujeres siempre salen guapas y arregladas haciendo deporte, mientras para los alumnos este porcentaje desciende al 27,6%.



**Figura 7.** La mujer siempre sale guapa y arreglada haciendo deporte

Por otro lado, si la pregunta es realizada sobre los hombres, vemos como los datos prácticamente se mantienen en la misma línea. Así pues, sobre si *El hombre siempre sale guapo y arreglado haciendo deporte* –figura 8–, hemos constatado que un 66,48% indica que los hombres no siempre salen guapos y arreglados cuando hacen deporte. En este caso, son los alumnos quienes presentan mayores frecuencias en relación a la percepción de estos modelos (32,8% frente a 29,3%), no siendo la diferencia por género estadísticamente significativa, como se puede observar en la tabla de contingencia de la misma figura.

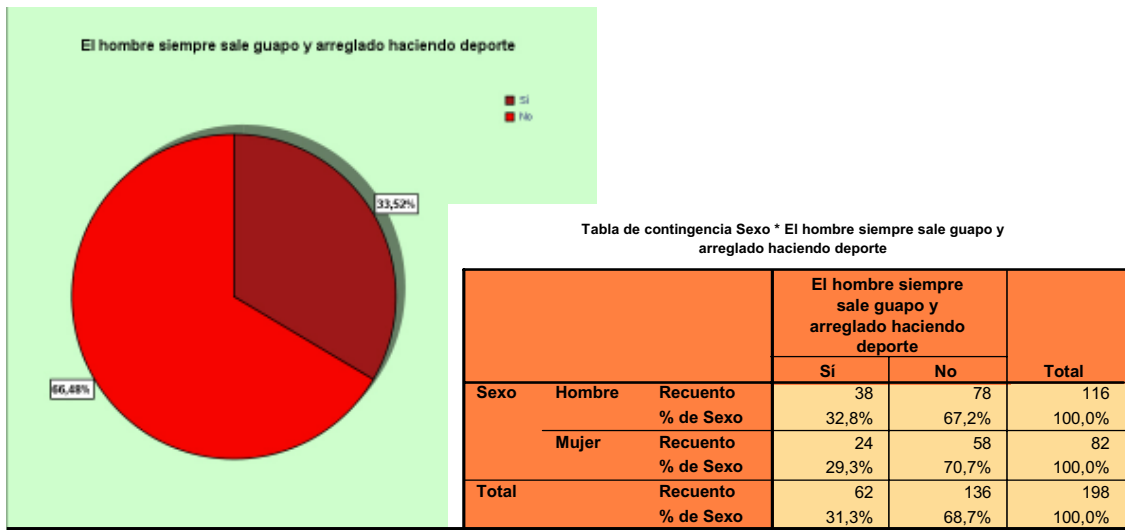


Figura 8. El hombre siempre sale guapo y arreglado haciendo deporte

El uso del cuerpo femenino como reclamo publicitario frente a una actividad determinada es percibido de forma sexista por nuestro alumnado –*Cuando vemos un cuerpo desnudo la mayoría de las veces es...*–. De este modo, nuestros datos destacan que, aproximadamente, tres de cada cuatro alumnos y alumnas encuestados indican que cuando ven un cuerpo desnudo la mayoría de las veces es una mujer (75,98% frente a 22,35%). Además, podemos afirmar que esta percepción es apoyada de forma muy similar por ambos géneros –figura 9–.

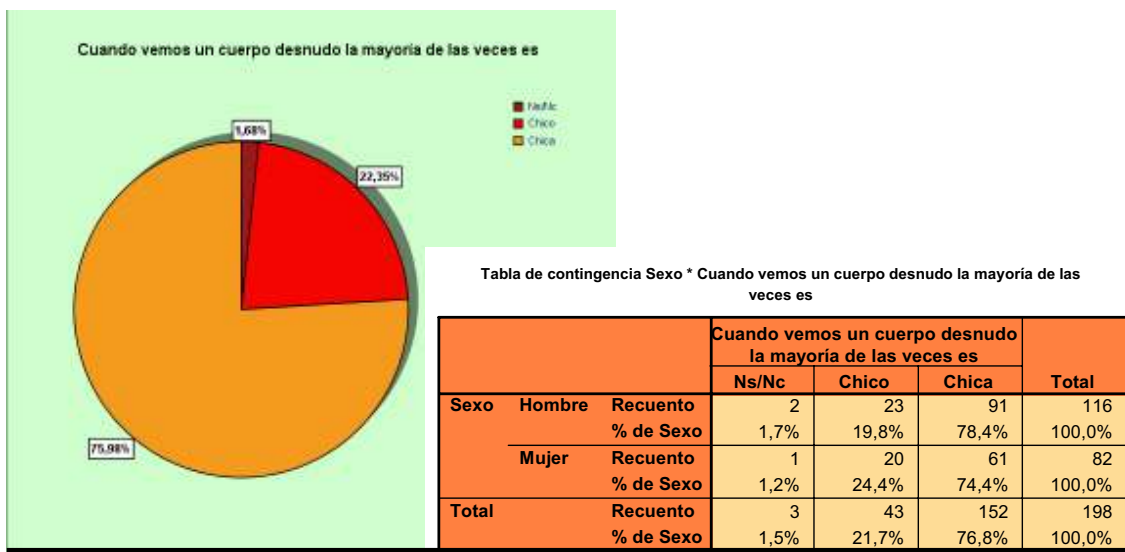


Figura 9. Cuando vemos un cuerpo desnudo la mayoría de las veces es...

Por su parte, los hombres son presentados a nuestro alumnado siguiendo un modelo o estereotipo, normalmente, muy difícil de alcanzar por ellos. A este respecto, el ítem *Los hombres de los anuncios son musculosos* responde a esta realidad ya que, ante esta pregunta, un 84,36% del alumnado opina que los hombres de los anuncios son musculosos, mientras solo un 15% indican lo contrario –figura 10–. Al comparar los datos anteriores por género, la tabla de contingencia correspondiente no desprende datos estadísticamente dignos de mencionar.

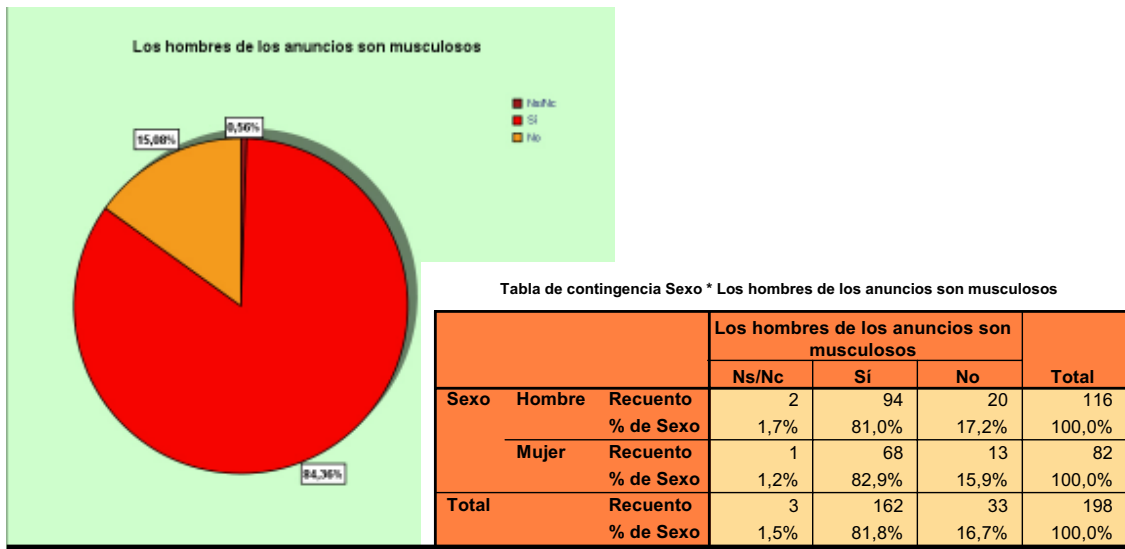


Figura 10. Los hombres de los anuncios son musculosos

Si centramos nuestra atención en los modelos femeninos, *Las mujeres de los anuncios son delgadas*, la figura 11 nos muestra que, a este respecto, un gran porcentaje del alumnado, 91,06%, percibe que las mujeres de los anuncios son delgadas. Nuevamente, no hallamos diferencias significativas, en función del género, ante la percepción de este modelo corporal presentado.

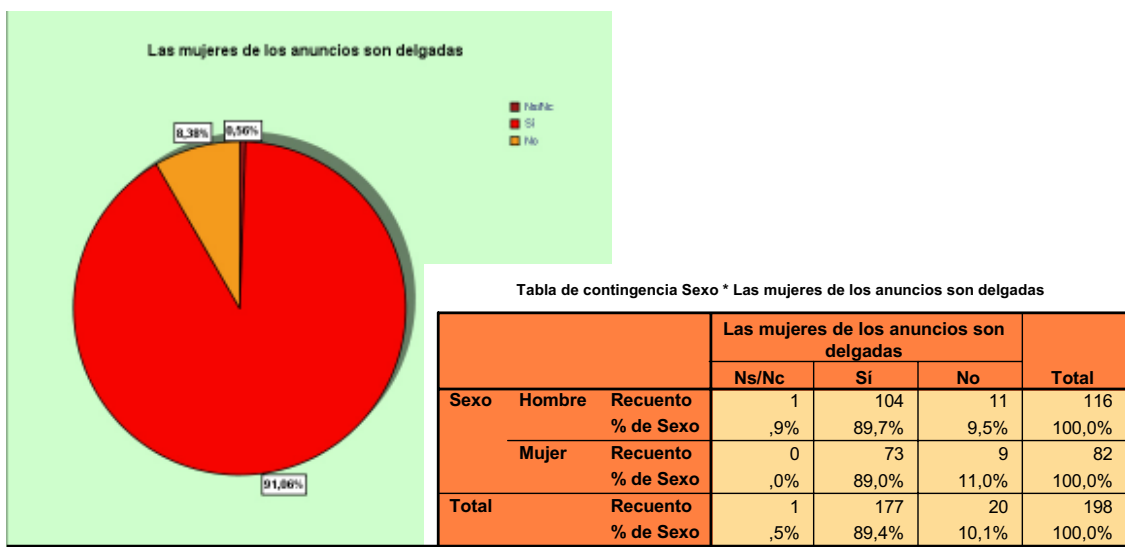
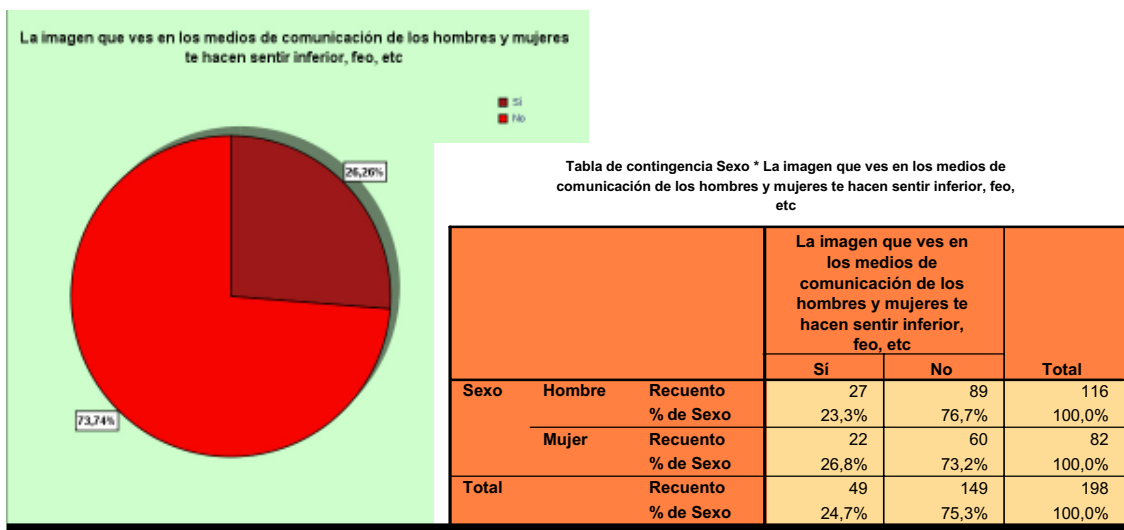


Figura 11. Las mujeres de los anuncios son delgadas

De las respuestas anteriores, pensamos que los modelos presentados pueden provocar un agravio comparativo entre nuestro alumnado. Para confirmar o rechazar esta idea, hemos planteado el siguiente ítem: *La imagen que ves en los medios de comunicación de los hombres y mujeres te hace sentir inferior, feo, etc.* –figura 12–.

A este respecto, hemos constatado que al contrario de lo que pensábamos, tres de cada cuatro sujetos encuestados (73,74%) indican que la imagen que ven en los medios de comunicación, de hombres y mujeres, *No* les hace sentir feos o inferiores. Las respuestas dadas a esta pregunta por género, muestran que tan solo un 3,5% más de alumnos que de alumnas se posicionan en esta afirmación.



**Figura 12.** *La imagen que ves en los medios de comunicación de los hombres y mujeres te hace sentir inferior, feo, etc.*

El siguiente ítem pretende mostrar el interés de nuestro alumnado por las noticias relacionadas con el ámbito deportivo – *¿Has comprado alguna vez una revista o periódico deportivo?*–. A su vez pretendemos constatar si existe un género que muestre un interés especial sobre estas publicaciones.

A este respecto podemos afirmar que el 66,48% de los sujetos encuestados indica haber comprado alguna vez una revista o periódico deportivo –figura 13–. Cuando analizamos este porcentaje por género, observamos que se inclina a favor de los alumnos, con valores de un 18,9% más que las alumnas.

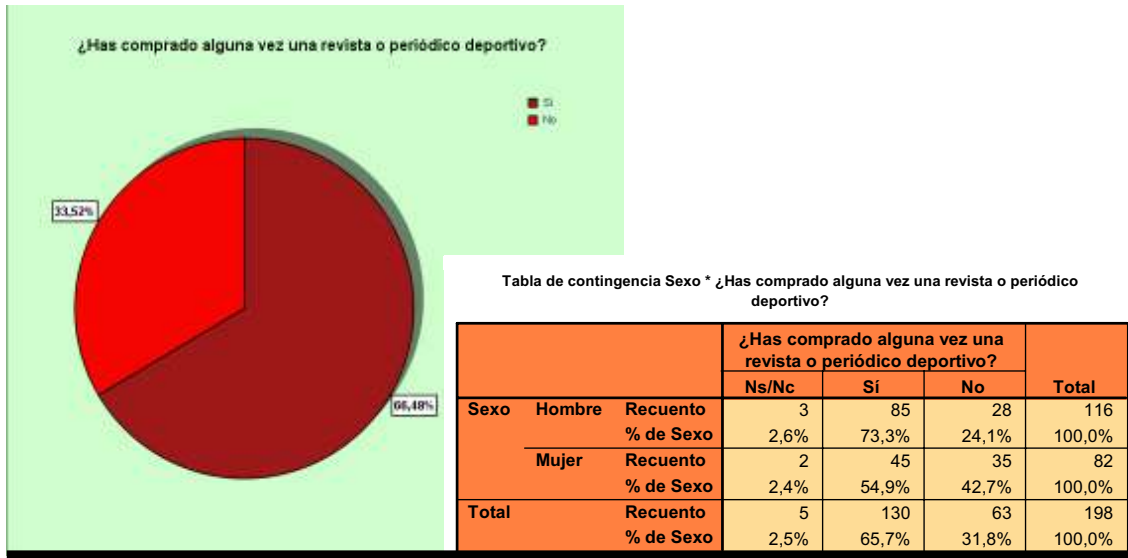
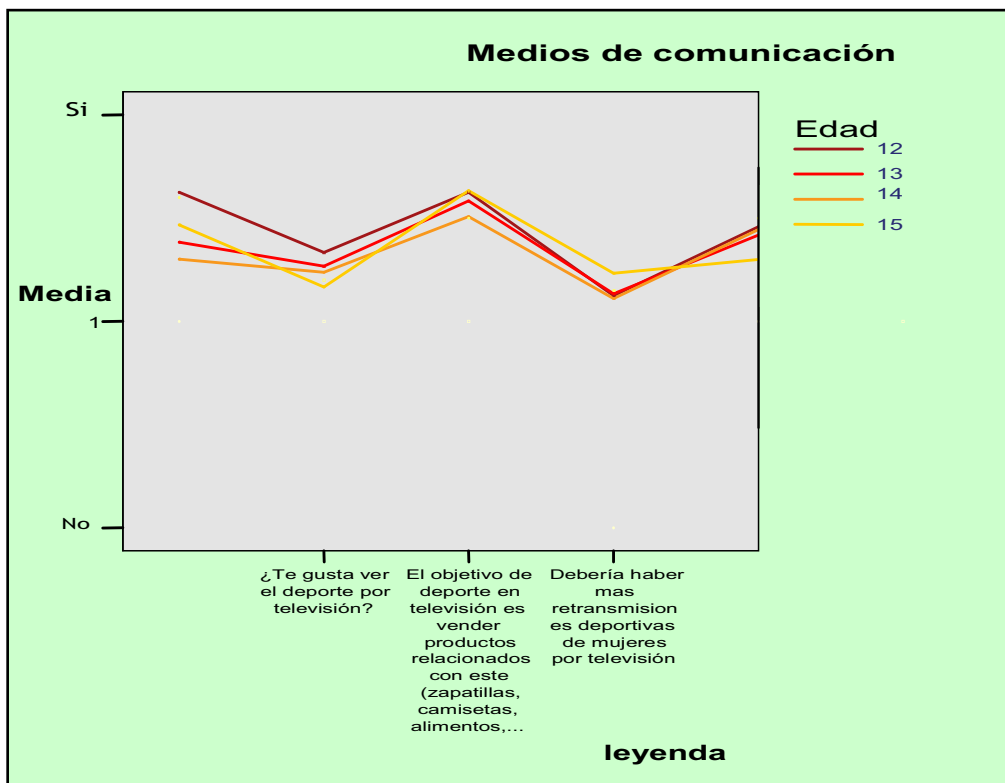
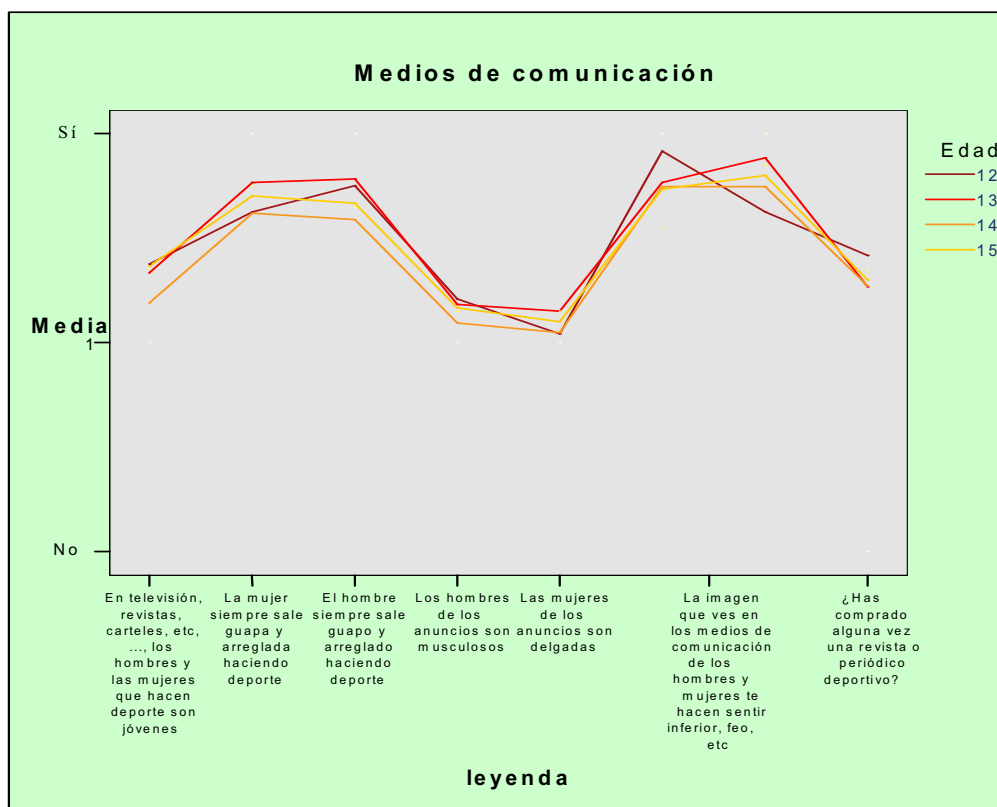


Figura 13. ¿Has comprado alguna vez una revista o periódico deportivo?

Como último paso en el análisis e interpretación de los datos obtenidos mediante la dimensión *Medios de comunicación*, vamos a realizar la gráfica de perfiles para comprobar la estabilidad de los datos a lo largo de las distintas edades del alumnado – gráfica 7 y 8–. Según la media, podemos observar respuestas casi similares en las distintas edades, con lo cual, podemos afirmar que este bloque de indicadores se manifiesta estable.



Gráfica 2. Gráfica de perfiles de Medios de comunicación (Si/No)



**Gráfica 3.** Gráfica de perfiles de Medios de comunicación (1 2 3 4 5)

## 2. DISCUSIÓN

En nuestro estudio la influencia de los medios de comunicación se ve reflejada mostrando que los *alumnos* de los IES 1 y 2 de Sevilla presentan un mayor interés por la información deportiva emitida en los medios de comunicación que las *alumnas*, como así lo demuestra el mayor consumo de revistas y periódicos deportivos por su parte – ítem 73–, y su mayor consumo y gusto por el deporte televisivo –ítems 74 y 69–. En cuanto a una mayor cantidad de retransmisiones deportivas femeninas, son las *alumnas* quienes solicitan esta demanda –ítem 70–.

Al cotejar los datos obtenidos en nuestra investigación –según los cuales los *alumnos* son los principales consumidores de deporte televisivo y literatura deportiva–, con estudios sobre la oferta y consumo deportivo en los medios de comunicación (VV. AA., 2007) y presenciales (Porrás, 2006, 2007), podemos afirmar que existe una relación directa entre dicha oferta y el género masculino como principal, y casi exclusivo, demandante. Esta afirmación es corroborada por los estudios de Alfaro (2004), Díez y Guisasola (2002), Duncan y Messner (1989), Frideres y Palao (2006), García Ferrando (1997-2006), García, De Maragas y Gómez (1995), González Arévalo (2006), Ibáñez (2001), Koivula (1999) o Vidal Vilanchoa (2001) quienes muestran frecuencias muy superiores de noticias o artículos deportivos referidos a los hombres (entre el 73% y el 95%), frente a los valores establecidos para las mujeres (en torno al 5%). En este sentido, encontramos un claro sexismo reforzado por el deporte como producto de consumo.

Por otra parte, en relación a los modelos presentados por los medios de comunicación, nuestro alumnado percibe a través de ellos que los hombres y mujeres deportistas son jóvenes –ítem 64–, siendo las mujeres delgadas y los hombres musculosos –ítems 72 y 71, respectivamente–. En este sentido, nuestros datos coinciden con los estudios de Durbá (2006), López Villar (2005), López Villar y Castañer (2006), Táboas y Rey (2007), Tirado (2006) y Toro (1995), en relación a los estereotipos de género transmitidos en las publicaciones deportivas. Partiendo de estos modelos establecidos, estamos de acuerdo con Tirado (2006) al señalar que este culto al cuerpo potenciado por los medios de comunicación puede llevar a pensar que la consecución de un cuerpo dentro de esos parámetros es la solución de los problemas sentimentales, de autoestima o sociabilidad, con los que se encuentran nuestros alumnos y nuestras alumnas, sobre todo, en su etapa adolescente. Del mismo modo, como apunta el estudio llevado a cabo por Camacho, Fernández García y Rodríguez Galiano (2006), los deportes vinculados a una estética corporal provocarán, generalmente, una mayor devaluación de la propia imagen corporal de nuestro alumnado. Desde esta óptica, la no consecución de estos *modelos* conlleva la caída, casi segura, en los principales males sociales relacionados con el culto al cuerpo, como pueden ser la anorexia, la bulimia, vigorexia, ortorexia, etc.

Esta gran diferencia en los modelos recibidos por nuestro alumnado a través de los medios de comunicación –tanto cualitativa, como cuantitativa–, no nos parece que responda a una realidad sobre la Educación Física significativa para ambos géneros. En total acuerdo con Siedentop, Hastie y Van der Mars (2004) y Romero Granados (2008), pensamos que este uso sexista de la actividad físico-deportiva merma enormemente las posibilidades educativas en valores que nos ofrece la Educación Física.

Respecto al proceso discriminatorio que ha sufrido la mujer a través de la imagen mostrada de ella en los medios de comunicación, nuestro estudio ha revelado un resultado muy novedoso. Tras el análisis de los datos obtenidos por el ítem 67, sobre el sentimiento de inferioridad mostrado por la comparación con los modelos ofrecidos, hemos podido constatar que, en contra de lo esperado, según los estudios de Aldridge (1998), Hill y Brackenridge (1989), Mason (1995) y Milosevic (1995), es el género *masculino* quien asume este sentimiento en mayor medida. Quizá la presión que reciben actualmente los alumnos por ajustarse a un modelo de éxito en el mundo de la actividad física y el deporte esté provocando estos cambios actitudinales en nuestro alumnado. Sobre esta misma línea de pensamiento, pensamos que los modelos ofrecidos por la publicidad, no responden a la realidad social. Como ya señalamos con anterioridad, y de acuerdo con estudios como los de Casimiro (1999), Mendoza (2000), Mendoza y cols. (1994) y Proeres-Joven (2002) si no realizamos un análisis crítico de esta realidad con nuestros alumnos y nuestras alumnas, estaremos estigmatizando, estereotipando y discriminando los valores de nuestro cuerpo y, por tanto, de la Educación Física.

En la búsqueda de la discriminación que la mujer sufre a través de los medios de comunicación, nuestro estudio delata otro aspecto claramente sexista. En este sentido, la desnudez parece un elemento casi exclusivo del género femenino, como hemos podido constatar en los resultados del ítem 68, datos que concuerdan, nuevamente, con los estudios de López Villar y Castañer (2006).

Por otro lado, tanto los alumnos como las alumnas relacionan su género con modelos cercanos al rendimiento deportivo (ambos reflejan el esfuerzo y la intensidad deportiva en las imágenes) –ítems 65 y 66–. A este respecto, podemos señalar que los datos

recogidos en nuestro cuestionario, al indicar que esta percepción es asumida en igual medida por ambos géneros, no concuerdan con los de López Villar y Castañer (2006). Para ellos, la mujer aparece posando frente al dinamismo masculino.

En último lugar, podemos constatar que los dos géneros poseen una visión mercantilista del deporte –ítem 63–, si bien esta tendencia es algo más marcada en el género femenino. Esta concepción deportiva orientada al consumo es apoyada por los estudios de Barbero (1992), Dunning (2003) u Olivera (2005).

En consecuencia, ante el demostrado sexismo transmitido por los medios de comunicación y de forma congruente con los datos analizados e interpretados en este trabajo, debemos solicitar del profesorado de Educación Física y de los profesionales que trabajan en los medios de comunicación (periodistas, deportistas, comentaristas, publicistas, etc.) una educación y una formación enfocada a la eliminación de esta distancia sexista tan marcada en el tratamiento de la noticia deportiva.

De este modo pensamos, en total acuerdo con Frideres y Palao (2006: 12), que: *“Otra realidad es posible, o al menos eso nos muestran los mismos medios de comunicación durante los Juegos Olímpicos”*. Realidad que hemos podido comprobar a lo largo de las retransmisiones deportivas correspondientes a los últimos Juegos Olímpicos de Pekín en 2008.

### 3. CONCLUSIONES

Dentro de los factores sociológicos que influyen en la formación del género, hemos comprobado la gran influencia de los medios de comunicación como agente sexista al *transmitir modelos y actitudes sexistas hacia nuestro alumnado centrándose casi en su totalidad en el género masculino como modelo de referencia*. Así mismo, podemos vincular esta aseveración a un mayor interés, por parte de los alumnos, por la información deportiva emitida en los medios de comunicación, así como un mayor consumo de revistas, periódicos deportivos y deporte televisivo. Del mismo modo, el número de modelos que en el mundo deportivo aparece, en todas sus facetas, muestra una evidente desviación a favor del género masculino. Esta casi exclusión de la mujer del mundo de la actividad física y el deporte, de la que no escapa en igual medida la Educación Física, es transmitida por los medios de comunicación y supone una gran discriminación que repercute negativamente en dimensiones como los estereotipos y roles, las expectativas, las atribuciones, etc. Desde nuestra responsabilidad como docentes, debemos diseñar estrategias de intervención que compensen esta tendencia sexista proporcionando a nuestro alumnado modelos representativos de los dos géneros, en igualdad cuantitativa y cualitativa y que, además, estén vinculados a las necesidades e intereses tanto de alumnos como de alumnas.

Del mismo modo, debemos solicitar de los responsables de los medios de comunicación la posibilidad de una apertura de la programación a actividades físico-deportivas femeninas dándoles la importancia que requieren. Esto, unido a la presentación de modelos femeninos de práctica físico-deportiva, que ofrezcan más participación de las mujeres desde la óptica del bienestar y la salud, y no solo respondiendo a criterios comerciales, evitaría el impacto negativo de determinados mensajes publicitarios. Tampoco debemos olvidar que la forma en la que se hace llegar la información al



alumnado también es vital. El verbo debe dirigirse igual a hombres y a mujeres con los mismos descriptivos de fuerza, velocidad, agresividad, entrega, etc., hacia los dos sexos.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA

- Anguera, M. T. (1991). *Metodología observacional en la investigación psicopedagógica*. Barcelona: PPU.
- Anguera, M. T., Behar, J., Blanco, A., Carreras, M. V., Losada, J. L., Quera, V. y Riba, C. (1993). Glosario. En M. T. Anguera (Ed.), *Metodología observacional en la investigación psicológica* (pp.587-617). Barcelona: P. P. U.
- Ardá, T. y Anguera, M. T. (1999). Observación de la acción ofensiva en fútbol 7. Utilización del análisis secuencial en la identificación de patrones de juego ofensivo. En M. T. Anguera, (Coord.), *Observación en deporte y conducta cinésico-motriz: aplicaciones* (pp. 107-128). Barcelona: Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Barragán, F. y González, J. (2007). La construcción de la masculinidad en los contextos escolares. *Revista de Investigación Educativa*, 1 (25), 167-183.
- Blández, M. J. (1996). *La investigación-acción: un reto para el profesorado*. Barcelona: INDE.
- Blández, J., Fernández García, E. y Sierra, M. A. (2007). Estereotipos de género, actividad física y escuela: La perspectiva del alumnado. *Profesorado. Revista de currículum y formación del profesorado*, 11(2), 1-21. <http://www.ugr.es/local/recfpro/rev112ART5.pdf> [Consultado el 1/10/2008].
- Boned, C. J., Rodríguez, G., Mayorga, J. I. y Merino, A. (2004). *Competencias profesionales del Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte*. Trabajo presentado en el III Congreso de la Asociación española de Ciencias del Deporte. Hacia la Convergencia Europea, marzo, Valencia.
- Brofenbrenner, U. (2002). *Ecología del desarrollo humano*. Barcelona: Paidós.
- Buendía, L., Colás, P. y Hernández Pina, F. (1997). *Métodos de investigación en psicopedagogía*. Madrid: Mc Graw-Hill.
- Camerino, O. (1999). Estudio de la interacción en un grupo de practicantes de actividad física. En M. T. Anguera (Coord.), *Observación en deporte y conducta cinésico-motriz: aplicaciones* (pp. 129-160). Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Carreiro da Costa, F. (2006). La Enseñanza de la Educación Física ante la Implantación del Espacio Europeo de Educación Superior. *Revista Educación física y deporte*, 2 (25), 29-43.
- Castañer, M. (1992). *La comunicación no verbal del educador físico: Construcción de un sistema categorial de observación y de análisis del comportamiento cinésico*. Tesis doctoral. Inédito. Universidad de Lérida.
- Castellano, J. (2000). *Observación y análisis de la acción de juego en el fútbol*. Tesis doctoral. Inédito. Universidad del País Vasco-Euskal Herriko Unibertsitatea.
- Cohen, L. y Manion, L. (1990). *Métodos de investigación educativa*. Madrid: La Muralla.
- Colás, P. (2007). La construcción de la identidad de género: enfoques teóricos para fundamentar la investigación e intervención educativa. *Revista de Investigación Educativa*, 1 (25), 151-166.
- Colás, P. y Buendía, L. (1998). *Investigación educativa*. Sevilla: Alfar.
- Connell, R. (1997). La Organización social de la masculinidad. En T. Valdés y J. Olavarría (Eds.), *Masculinidad/es: poder y crisis* (pp.31-48). Santiago de Chile: Isis Internacional, Flacso (Ediciones de la Mujer, 24).

- Cruz Sánchez, B. (2003). *En Educación Física... ¿no hay discriminación sexual?* México: Secretaría de Educación Pública. <http://www.afsedf.sep.gob.mx> [Consultado el 8/05/2007].
- Díaz-Loving, R., Rivera, A. y Sánchez, A. (2001). Rasgos instrumentales (masculinos) y expresivos (femeninos) normativos (típicos e ideales) en México. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 33, 131-140.
- Esteve, J. M. (2006). La profesión docente en Europa: perfil, tendencias y problemática. La formación inicial. *Revista de Educación*, 340, 19-86.
- Eurydice (2002). *La profesión docente en Europa: Perfil, tendencias y problemática. Informe I: Formación inicial y transición a la vida laboral. Educación Secundaria Inferior*. Madrid: Secretaría General Técnica-CIDE.
- Eurydice (2004). *La profesión docente en Europa: Perfil, tendencias y problemática. Informe II: Oferta y demanda. Educación Secundaria Inferior General*. Madrid: Secretaría General Técnica-CIDE.
- Eurydice (2003). *La profesión docente en Europa: Perfil, tendencias y problemática. Informe III: Condiciones laborales y salarios. Educación Secundaria Inferior General*. Madrid: Secretaría General Técnica-CIDE.
- Eurydice (2004). *La profesión docente en Europa: Perfil, tendencias y problemática. Informe IV: El atractivo de la profesión docente en el siglo XXI. Educación Secundaria Inferior General*. Madrid: Secretaría General Técnica-CIDE.
- Eurydice (2005). *La profesión docente en Europa: Perfil, tendencias y problemática. Informe anexo: Reformas de la profesión docente: análisis histórico (1975-2002). Educación Secundaria Inferior General*. Madrid: Secretaría General Técnica-CIDE.
- Fernández-Balboa, J. M. (1991). Beliefs, interactive thoughts, and actions of physical education student teachers regarding pupil misbehaviours. *Journal of Teaching in Physical Education*, 11, 59-78.
- Fernández Enguita, M. (2006). Los profesores cuentan. *Revista de Educación*, 340, 19-86.
- García Alcaraz, F., Alfaro, A., Hernández Martínez, A. y Molina, M. (2006). Diseño de Cuestionarios para la recogida de información: metodología y limitaciones. *Revista clínica de medicina de familia*, 1 (5), 232-236. <http://www.scamfyc.org/documentos/Revista%20No%205.pdf>. ISSN: 1699 – 695 X [Consultado el 17/03/07].
- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. BOE 106, de 4 de mayo.
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. BOE 71, de 23 de mayo.
- Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía. BOJA 252, de 26 de diciembre.
- Lomas, C. (2006). En masculino y en femenino argumentos y orientaciones para un uso equitativo del lenguaje. En V. V. A. A., *Guía de buenas prácticas para favorecer la igualdad entre hombres y mujeres en educación* (pp. 32-42). Junta de Andalucía: Consejería de Educación.
- Macías, M. V. (1999). *Estereotipos y deporte femenino. La influencia del estereotipo en la práctica deportiva de niñas y adolescentes*. Tesis doctoral. Inédito. Universidad de Granada.
- Marzouk, A., Spallanzani, C., Brunelle, J. P. y Gagnon, J. (1993). *Etude des causes invoqués par des stagiaires pour expliquer l'apparition des comportements perturbateurs qui les interpellent le plus pendant la phase de prise en charge de l'enseignement de l'éducation physique au secondaire ?* Poster presented at

- the AIESEP International Seminar “The Training of Teachers in Reflective Practice of Physical Education” held in Trois- Rivières, july, Québec: CDN.
- Medina Guerra, A. M. (Coord.) (2002). *Manual de lenguaje administrativo no sexista*. Málaga: Asociación de Estudios Históricos Sobre la Mujer (Universidad de Málaga). Área de la Mujer (Ayuntamiento de Málaga).
- Moya, M. C., Expósito, F. y Padilla, J. L. (2006). Revisión de las propiedades Psicométricas de las versiones larga y reducida de la Escala sobre Ideología de Género. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 3 (6), 709-727. [http://www.aepc.es/ijchp/articulos\\_pdf/ijchp-200.pdf](http://www.aepc.es/ijchp/articulos_pdf/ijchp-200.pdf) [Consultado el 16/11/2008].
- Murcia, N. y Jaramillo, L. G. (2001). Fútbol femenino: estigma de discriminación cultural de las mujeres que practican fútbol en la ciudad de Manizales (Colombia). En N. Murcia y L. G. Jaramillo (Coord.), *Seis experiencias en investigación cualitativa. La complementariedad: una posibilidad desde el trabajo reflexivo*. (pp. 67-109). Colombia: Kinesis.
- OCDE (2004). *Informe Pisa 2003. Resumen de los primeros resultados en España*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia. INECSE.
- Padilla, J. L., González, A. y Pérez, C. (1998). Elaboración de un cuestionario. En A. J. Rojas, J. S. Fernández y C. Pérez (Eds.), *Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos* (pp. 115-140). Madrid: Editorial Síntesis Psicología.
- Piéron, M. & Brito, M. (1990). Analyse d’incidentes d’indiscipline survenant dans des classes de l’enseignement préparatoire (10- 12 ans). In J. Duran, J. L. Hernández & L. Ruiz, L. (Eds.), *Humanismo y nuevas tecnologías en educación física y deporte* (pp. 113-117). Madrid: INEF.
- Rocha, S. T. y Díaz Loving, R. (2005). Cultura de género: la brecha ideológica entre hombres y mujeres. *Anales de Psicología*, 1 (21), 42-49. [http://www.um.es/analesps/v21/v21\\_1/05-21\\_1.pdf](http://www.um.es/analesps/v21/v21_1/05-21_1.pdf) [Consultado el 16/06/2008].
- Rojas Marcos, L. (2007). *La autoestima. Nuestra fuerza secreta*. Madrid: Espasa Calpe.
- Salkind, N. (1999). *Métodos de investigación*. México: Prentice may.
- Scharagrodsky, P. A. (2004). Juntos pero no revueltos: la educación física mixta en clave de género. *Cadernos de Pesquisa*, 121 (34), 59-76.
- Scraton, S. (1992). *Shaping up to womanhood: gender and girls’ physical education*. Milton Keynes: Open University Press.
- Som, A. y Muros, J. J. (2007). *Propuesta de un programa de intervención en educación física enfocado al juego cooperativo como medio de integración escolar*. Trabajo presentado en las III Jornadas sobre los prejuicios y la discriminación, marzo, Granada.
- Subirats, M y Tomé, A. (1992). Pautas de observación para el análisis del sexismo en el ámbito educativo. *Cuadernos para la coeducación*, 2, 43-51.
- Talbot, M. (1986). Gender and Physical Education. *British Journal of Physical Education*, 4, 120-122.
- Tuckman, B. W. (1972). *Conducting Educational Research*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Valbuena, A. (2002). Lenguaje e interacción. En A. García García (Coord.), *Materiales para la observación y el análisis del sexismo en el ámbito escolar* (pp. 27-30). Gijón: Consejería de Educación y Cultura. Centro del Profesorado y de Recursos de Gijón.

- Vázquez, B., Fernández-García, E. y Ferrero, S. (2000). *Educación Física y género: Modelos para la observación y el análisis del comportamiento del alumnado y del profesorado*. Madrid: Gymnos.
- Williams, A. & Woodhouse, J. (1996). Delivering the discourse: Urban adolescents' perceptions of physical education. *Sport, Education and Society*, 1, 201-213.

