

L'ESPORT EN LA NOSTRA VIDA QUOTIDIANA I ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ: POSSIBILITATS PER A UNA ANÀLISI CRÍTICA A L'EDUCACIÓ SECUNDÀRIA

Susanna Soler i Prat, Albert Juncà i Pujol,
Miquel Àngel Tirado i Ramos i Maria Prat i Grau
Grup d'Investigació Valors en Joc (Universitat Autònoma de Barcelona)

RESUM

L'esport, en el seu vessant d'espectacle i objecte de consum, té una enorme presència en la nostra vida quotidiana, i assolix altes quotes de poder en les esferes política, econòmica, cultural i mediàtica. A través dels mitjans de comunicació, o a través dels molts elements de la nostra societat que s'han «esportivitzat», l'esport i tot el que l'envolta exerceixen una gran influència sobre les actituds i els comportaments dels nois i noies, tant si practiquen com si no algun tipus d'activitat física. Davant d'aquest «poder», doncs, es fa necessària una lectura crítica de l'esport i la imatge corporal idealitzada que s'ha estès entre la joventut. En aquest article, es descriu una proposta que pretén facilitar al professorat d'educació física, o d'altres àrees curriculars d'educació secundària, una sèrie de recursos, activitats i reflexions per tal de promoure la capacitat crítica de l'alumnat. Analitzant els mateixos recursos que ens ofereix l'esport, com pel·lícules, publicitat, premsa, programes televisius, pàgines web, etc., es proposa reflexionar sobre la qüestió del gènere en l'esport; la relació entre la política, l'economia i l'esport; el consumisme i la dictadura de l'estètica que envolten el cos actualment, o la competitivitat present en les competicions esportives.

PARAULES CLAU: esport, pedagogia de l'esport, gènere, salut, educació en valors.

ABSTRACT

Sport as entertainment and an object of consumption is everywhere in our daily life, and it has a great power in the political, economic, cultural and media spheres. Through

media or many elements that in our society have been «sportized», sport and everything that surrounds it have an important influence on boys and girls' attitudes and behaviors, whether they make physical activity or not. Given this «power», thus, it is essential to make a critical reading of sport and images of idealized bodies, that are very widespread among young people. This article describes a proposal that tries to provide to physical education teachers, or teachers of other curriculum areas in secondary school, with a series of resources, activities and considerations in order to encourage students' critical skills. Analyzing the resources that sport offers itself, such as films, advertising, press, television shows or web pages, this article aims to evaluate the subject of gender in sport, the relationship among politics, economy and sport; consumerism and the dictatorship of aesthetics that nowadays affect body image, or the competitiveness that characterizes sportive competitions.

KEY WORDS: sport, sport pedagogy, gender, health, education on values.

INTRODUCCIÓ

Actualment, l'esport ha assolit una dimensió que va molt més enllà del seu vessant purament agonístic. A l'inici del segle XXI, l'esport, i especialment l'esport espectacle, ha arribat a esdevenir un autèntic fenomen universal, amb altes quotes de poder en les esferes política, econòmica, cultural i mediàtica (Puig i Heinemann, 1991). En qualsevol de les seves formes (com a activitat d'oci, de salut, de competició, d'espectacle, etc.), l'esport té una gran presència en la nostra vida quotidiana.

En aquesta rellevància de l'esport en el nostre dia a dia, hi tenen un important paper, sens dubte, els mitjans de comunicació. Premsa, televisió, ràdio... estan inundats d'esport. Aquest n'és un dels continguts principals: com a entreteniment, com a notícia, com a contingut de programes, com a tema de dibuixos animats... La lògica esportiva encaixa perfectament —millor que cap altre element cultural— amb la lògica d'aquests mitjans, especialment amb la dels audiovisuals. Es podria dir, gairebé, que no poden viure els uns sense els altres. Ho evidència, per exemple, la dependència econòmica de molts clubs de futbol dels ingressos obtinguts pels drets de televisió i els enormes contractes per aconseguir aquests drets que estan disposades a firmar les grans empreses de comunicació.

La tensió i l'emoció que genera l'esport, especialment l'esport de rendiment, és una font d'atracció immensa, gairebé única en la societat actual, que no es desaprofita per captar l'interès de les masses (Durán, García Ferrando i La-

tiesa, 1998). L'ús que en fa la publicitat n'és un clar exemple, ja que troba en l'esport molts d'aquells valors que més li interessa per poder vendre: èxit, bellesa, competitivitat, rendiment, excel·lència, força, energia, salut, benestar, «cossos Danone», joventut, diversió, plaer... i molts més que segur que ens deixem. Malgrat que puguin semblar valors totalment divergents, les nombroses manifestacions de l'esport i la seva ambivalència permeten trobar-hi tots aquests «ideals».

Però no només trobem esport als mitjans de comunicació, ja que molts elements de la nostra societat s'han «esportivitzat» (García Ferrando, Puig i Lagardera, 2002). La moda, el cinema, els videojocs, els cotxes, les begudes, els rellotges, les ulleres... fan referència a l'esport, a l'estil de vida esportiu, als valors de l'esport.

Així doncs, al marge que puguem practicar o no alguna activitat física, l'esport i tot el que l'envolta és especialment influent sobre les actituds i els comportaments dels joves adolescents. Per aquest motiu, l'educació també ha de donar eines per tal que els nois i noies puguin realitzar una lectura crítica de l'esport i de la imatge corporal idealitzada que se'ls presenta a través dels mitjans.

1. UNA PROPOSTA D'INTERVENCIÓ DIDÀCTICA PER A L'ALUMNAT DE SECUNDÀRIA

Davant d'aquesta situació, en l'Any Europeu de l'Educació a través de l'Esport,¹ i també dels Jocs Olímpics d'Atenes, des del Grup d'Investigació Valors en Joc creiem important revisar les possibilitats i les limitacions de l'educació en valors a través de l'esport no només en el seu vessant pràctic, sinó també en el seu vessant mediàtic, d'espectacle i com a objecte de consum.

Amb aquesta intenció s'està elaborant un projecte que pretén facilitar al professorat d'educació secundària una sèrie de recursos i propostes didàctiques per promoure la reflexió crítica sobre l'esport entre els nois i noies.² Els temes que hem cregut convenient plantejar són:

- diferències i desigualtats de gènere a l'esport,
- política, economia i esport,

1. El Parlament Europeu va proclamar el 2004 Any Europeu de l'Educació a través de l'Esport, com a iniciativa per reforçar els lligams entre el món esportiu i l'educatiu, així com per demostrar que, a més de la passió i de la competició, l'esport transmet uns valors cívics que poden contribuir a una millor educació (<<http://cultura.gencat.net/esport/anyeuropeu2004/campanya.htm>>).

2. En el desenvolupament d'aquest projecte, que compta amb el suport del Consell Superior d'Esports, a més dels autors i les autores d'aquest article també hi participen Jordi Calvo, Raquel Font, Carles Gonzàlez, Carles Ventura, Berta Puig i Carme Oró.

- consumisme, salut i estètica corporal i
- violència, competitivitat i joc net a l'esport.

Per tal de treballar aquestes temàtiques, el mateix fenomen de l'esport ens ofereix una font inesgotable de recursos: pel·lícules, notícies de premsa, publicitat, programes televisius, dibuixos animats, videojocs, pàgines web i un llarg etcètera d'elements que estan presents contínuament en el nostre dia a dia i que abans ja hem esmentat.

D'aquesta manera, també podem utilitzar l'interès i la motivació que acostuma a generar l'esport entre els adolescents per promoure la capacitat d'anàlisi crítica d'aquestes manifestacions culturals tan influents en la societat actual.

A continuació, s'exposen algunes de les consideracions que creiem més rellevants sobre cada temàtica i algunes idees de com podem utilitzar aquests recursos a l'educació secundària, ja sigui des de l'educació física o des de qualsevol altra àrea curricular.

2. TEMÀTIQUES DE TREBALL

2.1. DIFERÈNCIES I DESIGUALTATS DE GÈNERE EN L'ESPORT

L'esport és un dels elements culturals on més clarament s'observa la reproducció dels estereotips tradicionals de gènere i un dels àmbits socials en el qual es donen més situacions de discriminació per a les dones.

Per tal de sensibilitzar els nois i noies davant d'aquesta situació, els aspectes que considerem més rellevants sobre aquesta temàtica són els estereotips tradicionals de gènere en l'esport, el paper de la publicitat, les formes de discriminació i desigualtat entre nois i noies, i l'esport femení als mitjans de comunicació, que passa de l'oblit al sensacionalisme.

2.1.1. *Els estereotips tradicionals de gènere en l'esport*

Les dades sobre els hàbits de pràctica esportiva de la població indiquen una forta influència de la variable gènere en les modalitats esportives més practicades per homes i dones, en les motivacions, en els tipus de pràctica (competició o no competició), etc. (García Ferrando, 2001). Les dades de participació als Jocs Esportius Escolars de Catalunya també mostren com aquesta influència segueix present en les generacions més joves. Per una banda, s'observa com la participació femenina a les competicions escolars es manté en uns nivells molt inferiors a la

masculina; i per l'altra, s'adverteix que encara hi ha clares diferències de participació de nois i noies en esports com el futbol, on hi ha una majoria aclaparadora de nois, o l'aeròbic, on es dóna la mateixa situació però a la inversa (Soler, 2001).

A través d'aquestes dades, s'evidencia que el rol de gènere establert en la nostra societat es converteix en un factor que *condiciona* les eleccions i els gustos tant dels nois com de les noies. Les actituds i els valors que es transmeten al llarg del procés de socialització tenen una forta influència en els comportaments, els interessos i el tipus d'activitats esportives que fan els membres de la comunitat.

Per tal de posar en evidència davant l'alumnat com ens influencien aquests estereotips, com es transmeten contínuament a través dels diferents agents socials (família, escola, entorn esportiu, amistats, etc.) i com és possible trencar amb els cànons estàndards, el comentari i la reflexió de pel·lícules com *Billy Elliot* i *Quiero ser como Beckham* poden ser eines de gran utilitat. Tanmateix, també es poden presentar casos reals d'esportistes que han assolit èxits importants abandonant els models hegemònics. Per tal de mostrar aquests personatges a l'alumnat, Internet es converteix en una font d'informació inestimable.

2.1.2. *El paper de la publicitat*

La publicitat és un dels grans agents que reproduïx els estereotips de gènere tradicionals en l'esport. Poques vegades es veuen anuncis amb homes o dones practicant esports que no «corresponguin» al seu gènere, tot i que si es dóna el cas, s'utilitza com una manera de destacar l'excepcionalitat del producte. Les actituds habituals dels protagonistes dels anuncis tampoc no s'escapen dels tòpics: per una banda, homes competitiu i triomfants, i per l'altra, unes dones preocupades per la salut i la imatge, i que són capaces de treballar, portar la casa i tenir temps per al que es podria anomenar la *tercera jornada*: la de l'oci.

Però si aquest fet és preocupant, encara resulta més evident la utilització del cos de la dona com a *reclam sexual* per al producte (Girela, 1998). Alguns exemples podrien ser el de l'anunci d'una beguda d'origen brasiler amb unes futbolistes que traspuen extrema sensualitat —per dir-ho d'alguna manera—, o el d'un desodorant que hipnotitza totes les noies que s'hi atansen. S'observa com el cos de la dona s'utilitza amb diferents intencions: en alguns casos, per captar l'atenció del públic i en d'altres, per associar el producte amb un major èxit sexual.

La crítica de diferents anuncis publicitaris sobre temàtica esportiva en els quals el cos és el protagonista central permet descobrir els mecanismes de funcionament de la publicitat i alhora detectar com es reproduïxen inconscientment els rols tradicionals de gènere.

2.1.3. *Les formes de discriminació i desigualtat entre nois i noies*

En el marc de la nostra societat, malgrat els avenços en la igualtat d'oportunitats entre homes i dones que s'han produït al final del segle XX, els valors considerats tradicionalment masculins tenen més reconeixement social que els femenins. En l'esport, aquesta tendència és encara molt present. Alguns tòpics i expressions verbals que s'utilitzen sovint en l'argot esportiu ho fan evident: «No juguis com una nena», «Posa-hi collons», «Això és un joc d'homes», etc.

Tradicionalment, l'esport ha estat un element que ha reforçat la masculinitat, allunyant-se dels interessos més femenins i menystenint-los. La cultura corporal femenina (Mosquera i Puig, 2002) sovint no s'ha tingut en compte o s'ha ignorat. És necessari, doncs, mostrar i valorar totes les aportacions de la cultura esportiva femenina que tradicionalment es desconeixen: l'expressivitat corporal, la plàstica dels moviments, el ritme, etc.

A més, la tradició «masculina» de l'esport de competició també influeix, encara que pugui semblar anacrònic a principis del segle XXI, en el fet que les noies no puguin practicar el seu esport preferit en les mateixes condicions que els seus companys: horaris d'entrenaments, material i instal·lacions, o el nivell dels entrenadors o les entrenadores sovint són pitjors per a les atletes i per als equips femenins que per als seus homòlegs masculins (García i Asins, 1995; Soler, 1999).

En l'esport d'elit veiem reflectides algunes d'aquestes circumstàncies: sous i premis desiguals entre la categoria femenina i masculina, ordre de les competicions —que dona més rellevància a la categoria masculina—, escàs nombre de dones als càrrecs de presa de decisions als clubs, les federacions o els comitès nacionals, etc.

Un dels exemples més evidents del tracte pejoratiu que en ocasions reben les dones com a esportistes per part del mateix entorn esportiu és el de la normativa de la Federació Internacional de Voleibol. Aquesta normativa obliga a portar roba extraordinàriament ajustada amb el pretext d'afavorir el joc, però sobretot el que aconsegueix és ressaltar la figura corporal de les jugadores. A tot això cal afegir-hi que el president de la Federació Internacional de Futbol s'ha manifestat a favor d'aplicar una normativa semblant al futbol femení.

El coneixement d'aquests casos a través de les diferents notícies que apareixen als mitjans de comunicació permet posar en evidència davant els nois i noies quines són les formes de discriminació i desigualtat que encara perduren en l'esport.

2.1.4. *L'esport femení als mitjans de comunicació: de l'oblit al sensacionalisme*

Un dels àmbits on s'observa clarament una situació de discriminació vers l'esport femení és el dels mateixos mitjans de comunicació i informació. És sabut que als mitjans informatius les esportistes d'elit destaquen per la seva absència. El percentatge de notícies d'esport femení respecte al total de notícies esportives al llarg d'una setmana, als diaris esportius de casa nostra, oscil·la entre el 2,5 % i el 3,5 %. Si bé aquest fet ja és rellevant, especialment en una societat on «si no surts a la televisió no existeixes», encara és més destacable el tracte que es dona a les esportistes quan apareixen als mitjans de comunicació de massa (Ibáñez i Lacosta, 1998).

Entre altres qüestions, es pot observar com en els mitjans informatius hi ha molt més interès per aspectes sensacionalistes i no vinculats a la pràctica esportiva que pels temes estrictament esportius. A més, quan es parla de qüestions esportives resulta difícil fer-ne el seguiment perquè no hi ha continuïtat en la informació —les notícies hi solen aparèixer de manera anecdòtica. Si s'analitza també el llenguatge periodístic, s'observa que el to i el vocabulari de les notícies d'esport femení és molt més personal (fins i tot cursi) i en els textos sovint es troben expressions que reforcen els estereotips tradicionals. Alguns titulars com els següents en són un exemple: «Las sirenas también lloran», «La bella recupera el trono», «Venus Williams impresiona a Austràlia amb la vestimenta»... (Ibáñez, 2004).

A l'escola podem fer propostes didàctiques en les quals es puguin constatar aquestes circumstàncies: revisar els percentatges de notícies d'esport masculí i femení (en premsa, televisió i ràdio); mirar el lloc que ocupen a la pàgina, analitzar els continguts «esportius» de les notícies que corresponen a unes o altres, revisar el tipus de llenguatge i el que es ressalta a la foto i al titular, etc.

2.2. POLÍTICA, ECONOMIA I ESPORT

Actualment, analitzar el fenomen de l'esport de manera més o menys profunda implica endinsar-se en aspectes polítics i econòmics que el condicionen enormement.

La política i l'economia acostumen a ser temàtiques relativament allunyades dels camps d'interès de l'alumnat de secundària, i al mateix temps, solen ser percebudes com a matèries feixugues i poc atractives. És per això que descobrir les implicacions econòmiques i polítiques presents a l'esport, a més d'afavorir la comprensió d'aquest fenomen, també afavoreix unes primeres aproximacions a aquestes matèries molt més estimulants i atractives per a l'alumnat.

Tot seguit, abordem les interaccions entre l'esport, la política i l'economia en cinc apartats: «Què és política? La política esportiva més propera», «L'esport i la construcció d'identitat», «Usos polítics dels grans esdeveniments esportius», «Interessos econòmics a l'esport» i «Mitjans de comunicació: tractament de la informació esportiva».

2.2.1. *Què és política? La política esportiva més propera*

Ajudar a formar ciutadans capaços d'entendre el món que els envolta, i que al mateix temps siguin crítics i capaços d'influir-hi, ens porta a una cada cop més creixent necessitat de fer-los coneixedors i participants del que és la política —en el sentit més genèric de la paraula. Així doncs, el plantejament d'aquesta temàtica es fa des de l'accepció més etimològica del mot *política*. La idea bàsica que destaca en tot aquest punt, quan sembla que està arrelant la consideració que la política es troba molt allunyada de la ciutadania i sobretot dels joves, és que quasi tot és susceptible de ser considerat com a polític i que, per tant, les actuacions de tothom, adolescents inclosos, estan carregades de significació política.

Mitjançant activitats com la recerca de diferents definicions del terme *política*, de la lectura d'alguns fragments que parlen de política i esport, i de l'elaboració de programes esportius virtuals per a l'escola o pel barri —on caldrà, entre altres coses, que els alumnes aprenguin a gestionar els recursos, a prendre les seves decisions al voltant dels esports i dels materials...—, es pretén que els nois i noies s'adonin del fet que hi ha moltes maneres i oportunitats de fer política; i que al mateix temps la política els afecta contínuament en molts àmbits, fins i tot, també, l'esportiu.

2.2.2. *L'esport i la construcció d'identitat*

Les identitats dels individus, que es construeixen a partir de molts factors, tenen en el camp de l'esport un entorn idoni per manifestar-se, reproduir-se i reforçar-se. Aquestes identitats acostumen a referir-se, majoritàriament, a les manifestacions nacionals, estatals o totes dues. De fet, els mateixos mitjans de comunicació que ens «ensenyen» esport, també i al mateix temps, ens «ensenyen» identitat. En general, la identitat que transmeten els mitjans sol ser banal (Billig, 1995); és a dir, que és mostrada de manera ben normal i continuada, sense explicacions, sense preguntar-se d'on ve, ni com es forma, ni per què es forma, ni a qui li convé que sigui així... Es parla dels «nostres esportistes» en detriment

dels que no ho són; es parla poc del primer o del segon si no pertany al nostre col·lectiu i molt del cinquè, del quart... si comparteix o sembla que comparteix la nostra identitat; les vexacions/injustícies als nostres són tractades de manera ben diferent de les injustícies als altres... (Juncà, 2003).

Als Països Catalans cal sumar a aquests fets, que es donen en la majoria d'estats, la paradoxal situació identitària que es produeix, que va des de la identificació de part de la població només amb Catalunya fins a la identificació només amb Espanya, passant per una amalgama d'identificacions entre els dos pols. Aquesta circumstància, a més, es veu reflectida en els mitjans de comunicació que s'editen a Catalunya i, al mateix temps, afecta tot el panorama comunicatiu i identitàri del tractament de l'esport.

Conèixer com funciona aquest fenomen de creació i reproducció de les identitats, i endinsar-s'hi a partir d'exemples pràctics que podem trobar cada dia al nostre voltant, són l'objectiu de les activitats que es desenvolupen en aquest punt. S'analitzen notícies i els gentilicis que acompanyen els atletes, s'observen les referències estatals o nacionals, es busca el posicionament identitàri dels diferents mitjans, es compara el tractament als esportistes considerats propers amb els que no ho són... Tot això amb la intenció afegida de poder entendre i comprendre la diversitat i la complexitat d'identitats que conviuen i es relacionen al nostre voltant.

2.2.3. *Usos polítics dels grans esdeveniments esportius*

Històricament, els grans espectacles han estat utilitzats pels diferents poders per influir en les grans masses de població que s'hi congreguen. Diferents autors, entre ells Elias i Dunning (1986), mostren com els espectacles amb una base d'activitat física han estat motiu de diverses apropiacions i instrumentalitzacions. En una època significaven moments de treva, mentre que en d'altres suposaven grans catarsis col·lectives que permetien apaivagar les inquietuds del poble —després de deixar aflorar les més baixes passions al llarg d'un parell de dies de disbauxa—; així mateix, també s'han utilitzat per encendre les espurnes de conflictes polítics a petita i a gran escala; en d'altres casos han servit com a altaveus de consignes i ideologies polítiques d'indole ben diversa i, ja més recentment, s'han convertit en camps simbòlics de batalla on els diferents col·lectius, pobles o nacions es desafien i es converteixen en guanyadors segons el nombre de medalles, gols o punts aconseguits.

L'esport, tal com ara el coneixem, ha esdevingut un espectacle més. De fet, és un dels majors espectacles del món. Un espectacle present arreu. I, tanmateix, un espectacle sotmès també a utilitzacions per diversos i variats poders.

Conèixer algunes de les utilitzacions històriques dels espectacles esportius de masses i analitzar els usos polítics que avui es fan de l'esport són els objectius bàsics d'aquest apartat. Així, per exemple, a partir de la comparació del cartell de l'olimpíada cultural que s'havia de celebrar a Barcelona el 1936 i el dels Jocs Olímpics celebrats a Berlín el mateix any, s'analitzen les repercussions i els usos polítics dels dos esdeveniments (Santacana i Pujadas, 1990). En un altre cas es presenten les medalles obtingudes per diversos estats en diferents participacions als Jocs i es proposen activitats per descobrir el rerefons dels èxits o les desfetes dels estats participants.

2.2.4. *Interessos econòmics a l'esport*

Actualment, al món de l'esport conviuen un seguit d'elements de tipus econòmic que el condicionen enormement. Empreses de tot tipus (tabac, calçat, roba, alimentació, automobilístiques, asseguradores, telefonia...), mitjans de comunicació (televisions, ràdios, premsa), infinitat d'institucions públiques i privades... componen, conjuntament amb els esportistes i els espectadors, el sistema esportiu.

Una gran quantitat de diners es mou en tot aquest sistema. Això possibilita, en part, els sous estratosfèrics d'alguns atletes, i explica, també en part, les minses possibilitats econòmiques o mediàtiques d'altres esportistes de modalitats que no són seguides —consumides— per una gran massa de gent. Conèixer els condicionants econòmics que s'esdevenen dins del sistema esportiu, veure'n la influència i constatar com la seva presència ens afecta en aspectes tan quotidians com les hores de retransmissió esportiva, la publicitat que ens arriba, el consum de molts productes... són un element també important per a la comprensió del funcionament de la societat actual.

Diferents pel·lícules que tenen el món de l'esport com a escenari són útils per treballar aquest contingut (*Jerry Maguire* n'és una). A més, les taules dels sous amb els esportistes més ben pagats, les imatges d'alguns esportistes plens de publicitat per tot el cos o les fotografies de les rodes de premsa amb les icones de grans multinacionals darrere dels ídols de milers de persones són materials ben útils per treballar les implicacions de l'economia al món de l'esport.

2.2.5. *Mitjans de comunicació: tractament de la informació esportiva*

En la nostra societat, els mitjans de comunicació suposen una eina permanent de generació i traspàs d'informació. Al mateix temps, aquests mitjans con-

tribueixen enormement a la creació i la difusió d'opinions i de maneres de veure i interpretar els esdeveniments actuals. És per això que educar en la utilització dels mitjans a partir d'una aproximació crítica als mitjans de comunicació de massa esdevé una tasca cada cop més necessària en el procés educatiu.

Les informacions referides als esports presenten, bàsicament, les mateixes característiques que les d'altres àmbits. En aquest sentit, hi ha moltes publicacions i estudis que mostren com els fets esportius són interpretats i mostrats de maneres ben diferents segons quines siguin les cultures o els interessos que es troben al darrere. Un exemple paradigmàtic d'aquest fenomen es troba en les retransmissions dels actes d'inauguració dels Jocs Olímpics i en la gestió de les emocions que s'hi fa. Cada mitjà ofereix una versió diferent de la cerimònia (Puig, Lagardera i Juncà, 2001).

De fet, els tractaments parcials o des d'una determinada visió són quasi consubstancials amb el fet periodístic. I els mitjans esportius no se n'escapen pas i fan bona, per tant, aquella màxima que diu «l'ideal de l'objectivitat pura és només això, un ideal».

Cal tenir present que la informació esportiva dels mitjans sol ser seguida més àmpliament pels joves que la resta de temàtiques. En molts d'ells aquest tipus d'informacions acaben esdevenint l'esquer o la porta d'entrada que els fa començar a endinsar-se en altres temàtiques.

És precisament per això que els objectius bàsics d'aquest apartat són, a partir de les informacions de tipus esportiu, copsar les manipulacions informatives que s'esdevenen als mitjans de comunicació i, al mateix temps, fer-ne una lectura crítica.

Les cròniques futbolístiques que fan d'un mateix partit dos diaris amb lectors oposats futbolísticament parlant constitueixen una bona eina per a l'anàlisi dels mitjans. És possible, també, observar el tractament diferenciat de la qüestió del reconeixement internacional de les seleccions esportives catalanes a cada un dels mitjans. Valorar l'espai destinat als diferents esports i comparar la presència d'informació esportiva amb relació als altres tipus d'informacions són també una altra activitat que ajuda a treballar des d'una perspectiva crítica aquesta temàtica.

2.3. CONSUMISME, SALUT I ESTÈTICA CORPORAL

La imatge corporal ha esdevingut una de les principals preocupacions de la societat occidental i un dels reclams publicitaris més utilitzats en els mitjans de comunicació. Aquest fet, conjuntament amb la generalització d'un estil de vida

sedentari, a causa del consum de tota mena de productes que ens faciliten qual-sevol activitat sense cap mena d'«esforç», ens ha conduït a una situació paradoxal: al mateix temps que s'estén un *culte al cos* a cegues, els problemes de pes i d'obesitat s'incrementen.

En aquest apartat es pretenen aportar algunes reflexions clau per tal d'entendre la necessitat de proporcionar eines, des de l'àmbit educatiu, als nois i noies perquè afrontin de manera crítica la pressió social que es genera des del seu entorn proper i des dels mitjans de comunicació.

2.3.1. *Culte al cos*

Que vivim immersos en una societat que, cada vegada més, accentua un *culte* exacerbat *al cos* és una realitat fàcilment constatable. Només hem de parar atenció a la gran quantitat d'imatges de cossos masculins i femenins que ens mostren a diferents mitjans de comunicació: televisió, Internet, cinema, revistes, etc. En paraules de Prados (2001), estem assistint a un procés social en què el cos s'està convertint en el centre de les preocupacions de les persones.

Són uns cossos joves, estilitzats, dinàmics, bells, en forma, saludables; esportius i prims en les dones i musculats en els homes. Uns cossos que es presenten com la solució de tots els problemes: de sociabilitat, de recerca de relacions sentimentals i sexuals, de salut, d'autoestima... «Qualsevol anunci televisiu mostra que un cos, si és bell, tindrà èxit social, aconseguirà el millor cotxe, casa, treball, etc.» (López, 2002).

2.3.2. *Imatge corporal i adolescència*

A l'adolescència es presta una especial atenció als canvis físics, els quals es produeixen d'una manera abrupta. Dit amb unes altres paraules, entre els diferents canvis d'aquestes edats, les preocupacions per les transformacions físiques ocupen un primer pla. Els nostres adolescents, de fet, tenen una preocupació exacerbada per la pròpia imatge corporal: es jutgen a ells mateixos segons com són percebuts pels altres —sobretot pel grup d'amics i amigues—, amb inevitables connotacions afectives com la recerca constant de reconeixement i acceptació.

Paral·lelament a això, es troben insegurs davant d'aquests canvis, i no és fàcil que integrin totes les seves modificacions corporals: es poden trobar incòmodes i no agradar-los la imatge que perceben del seu cos. Això fa que siguin les persones més vulnerables a atendre els missatges que es deriven del *culte al cos*.

Conjuntament amb aquesta preocupació pels canvis físics propis de l'adolescència, els joves aprenen a considerar la imatge corporal com un bé de gran importància, perquè així la transmeten els mitjans de comunicació. Aquests ofereixen sovint missatges distorsionats, que condueixen molts i moltes joves a desitjar assemblar-se a la seva estrella cinematogràfica preferida, per la qual cosa recorren a exercicis i dietes per assolir una figura que va en contra de la seva salut (López, 2002). De fet, aquest model de cos ideal és inaccessible per a la gran majoria de les dones i homes.

Així doncs, el seu entorn d'amistats, per una banda, i la influència dels mitjans de comunicació, per l'altra, es converteixen en dos factors clau en la construcció de la seva imatge corporal. En molts casos, però, la seva imatge corporal real s'allunya molt del seu cos ideal, la qual cosa pot generar problemes d'autoestima i un deteriorament de les seves relacions amb els altres. De fet, la major part dels conflictes emocionals que s'esdevenen en el desenvolupament de la personalitat són a causa de la manca de concordança entre la imatge que tenen d'ells mateixos i la que els transmet la societat o el grup al qual pertanyen (Añó, 1997).

En aquest context, es fa absolutament necessari citar les dues grans malalties que han esdevingut una veritable epidèmia social, i que són fruit d'una societat que sobredimensiona l'estètica corporal i genera una dictadura de la bellesa del cos: el binomi anorèxia nerviosa i bulímia. Aquestes afeccions s'han constituït com els trastorns alimentaris més freqüents d'aquesta darrera dècada, amb un denominador comú: la recerca desenfrenada de la figura corporal prima com a mitjà per assolir l'èxit i l'acceptació social.

2.3.3. *Consumint el cos*

Entesa com a consum cultural, la pràctica del *culte al cos* es col·loca, avui, com a preocupació general transversal a tots els sectors, classes socials i períodes eteris (Castro, 1998). Aquest *culte al cos* genera una preocupació en la societat per buscar vies per apropar-se a aquest model de cos ideal que se'ns ven com la panacea per aconseguir l'èxit social: *el cos Danone*. Aquesta recerca del cos quasi arriba a la *psicosi col·lectiva* a mesura que s'apropa l'estació de l'any en què els cossos es descobreixen: l'estiu. És abans i durant aquest període estacional quan el bombardeig d'imatges i *neosolucions als problemes estètics* és major.

Això és fàcilment constatable; només hem d'engegar la televisió i fixar-nos en la publicitat. Podem trobar-hi tota mena de solucions per aconseguir el cos de moda: anuncis de productes quotidians (aigua, iogurt, llet...) amb la consu-

mició dels quals aconseguixes el cos del model o la model que el presenta; anuncis de cosmètics que, sense esforç, esculpeixen el teu cos amb només unes passades de pomada pels glutis; anuncis d'aparells elèctrics per aconseguir aquell ventre pla, sense esforç, mentre estàs ajagut veient la televisió; dietes miraculoses amb les quals perds els quilos que et sobren sense passar gana i en un tres i no res; fàrmacs, tractaments integrals d'estètica, vestits especials...

És un bombardeig constant d'un *culte inculte al cos*. *Inculte* perquè sovint tots aquests productes utilitzen una publicitat enganyosa que cal que els nois i noies sàpiguen desemmascarar perquè descobreixin la informació o la desinformació que s'amaga darrere d'aquests missatges publicitaris.

2.3.4. *Obesitat i problemes de pes*

Paral·lelament, però, i de manera paradoxal, el creixent percentatge d'adolescents amb problemes de pes i d'obesitat generats per un consumisme descontrolat de productes alimentaris no gaire saludables i un estil de vida cada dia més sedentari ha començat a activar les alarmes. Als Estats Units aquest problema ja s'ha convertit en una epidèmia social de difícil solució, i en la nostra societat viatgem cap al mateix horitzó: actualment, el 15 % de la població general i el 13 % de la població infantil és obesa.

D'aquestes reflexions es desprèn la necessitat de fomentar i desenvolupar la capacitat crítica dels nostres joves envers tots aquests missatges que giren al voltant del cos ideal, l'alimentació i un estil de vida molt acomodat. D'aquesta manera, i amb el suport d'una correcta educació física, podran fer front a una actitud reflexiva a la pressió social generada per una filosofia globalitzada d'idealització del cos i el sedentarisme.

2.4. VIOLÈNCIA, COMPETITIVITAT I JOC NET

La competició esportiva és una font d'emocions, tensions i conflictes que contínuament posa a prova la capacitat d'autocontrol dels esportistes, els dirigents, els tècnics i el públic. En aquestes circumstàncies, dins l'ampli ventall d'esdeveniments esportius, podem trobar des de comportaments de joc net (*fair play*) dignes d'admirar fins a actes d'autèntica violència.

Per això, cal formar ciutadans amb judici crític, capaços de valorar el joc net i diferenciar la competitivitat esportiva de la rivalitat que pot conduir a la violència. Amb aquesta intenció, els aspectes que es proposa treballar són: què

és el joc net?, la violència al terreny de joc, la violència fora del terreny de joc, i la violència i l'agressivitat als mitjans de comunicació.

2.4.1. *Què és el joc net?*

Partint de la definició de joc net del Diccionari de les Ciències de l'Esport (1992), el concepte implica essencialment: *a*) un reconeixement i un respecte per les regles de joc; *b*) unes relacions correctes amb l'adversari; *c*) el manteniment de la igualtat d'oportunitats i de condicions per a tothom; *d*) el rebuig de la victòria a qualsevol preu; *e*) una actitud digna tant en la victòria com en la derrota, i *f*) el compromís real de donar tot el que es pugui d'un mateix (Cruz i altres, 2001).

Així doncs, el joc net es pot entendre des de dos vessants. Per una banda, es pot interpretar com el respecte a les regles de joc d'un determinat esport, però des d'un punt de vista més ampli, el joc net també es pot entendre com aquell comportament generós que no és obligatori i que no forma part de les regles fixades. En aquesta definició, el joc net fa referència a un valor humà fonamental, la justícia, que va més enllà del reglament establert. Aquesta doble significació fa que resulti difícil traduir aquest terme a altres idiomes, i també, que s'utilitzi en diversos contextos que no són pròpiament esportius: en l'àmbit de la política, dels negocis, de les relacions socials, etc. (UNISPORT, 1993). Aportar exemples i models d'esportistes que promouen les conductes de joc net, malgrat que aquesta no sigui l'actitud més destacada als mitjans de comunicació, pot ser una bona manera d'estendre aquest concepte i donar-li valor educatiu.

Tot i així, els educadors no n'hauríem de tenir prou quedant-nos amb la simple reflexió sobre les conductes de joc net, sinó que la nostra pretensió hauria d'anar més enllà i propiciar situacions pràctiques en què l'alumnat pugui implicar-se amb veritables comportaments de joc net i esportivitat. Així, per exemple, l'elaboració per part dels alumnes d'un codi de joc per a les seves pràctiques esportives, amb aplicacions a les hores de classe, és una de les propostes en aquest punt.

2.4.2. *La violència al terreny de joc*

La competició esportiva en si mateixa és una font inesgotable de conflictes que cal aprendre a resoldre d'una manera dialogada, sense arribar a la violència. Però en l'esport d'elit, en què cal sumar els interessos econòmics que hi ha en

joc, no sempre és així, de manera que sovint es troben a faltar els principis del joc net que anteriorment anomenàvem i es produeixen accions o comportaments violents que traspassen els límits d'agressivitat tolerables.

Per aquest motiu, es fa necessari distingir els conceptes de *agressió* i *agressivitat*, ja que, tal com assenyalen diferents autors, no volen dir el mateix: jugar amb agressivitat no vol dir agredir el contrari. Les conductes violentes que sorgeixen de l'agressió són actes evitables, mentre que la tendència o disposició natural cap a l'agressivitat és inevitable i, fins i tot, pot ser considerada positiva per al procés de socialització de la persona.

Certament, els ídols esportius constitueixen un envejable exemple que voldrien imitar milions de joves en procés de formació, però això inclou, també, els comportaments reprovable (Gutiérrez, 1995). I malauradament, les conductes pròpies de l'esport professional sovint apareixen a l'esport escolar, on es produeixen incidents que poden arribar a ser realment greus i que cal evitar.

Per aquesta raó, cal que els nois i les noies analitzin críticament les causes i les conseqüències d'aquestes conductes violentes per tal que no reproduïxin aquestes accions en la seva pràctica esportiva quotidiana. Al mateix temps, els educadors ens hem de plantejar la resolució dels conflictes de manera no violenta ensenyant a gestionar l'agressivitat (Mosquera, Lera i Sánchez, 2000).

2.4.3. *La violència fora del terreny de joc*

Els casos més greus de violència sorgeixen, però, fora dels terrenys de joc. La violència entre espectadors és un tema que, per desgràcia, sovint es produeix al món de l'esport. Són especialment coneguts els enfrontaments dels *hooligans* al futbol professional i hi ha alguns records especialment dramàtics (la tragèdia a l'estadi de Heysel el 1986, per exemple).

Després d'una celebració esportiva, és habitual sentir a parlar d'incidents, destrosses, intervenció de la policia... Grups d'ideologies extremistes aprofiten aquestes ocasions per propugnar la violència i exaltar els seus idearis i actituds xenòfobes i racistes. L'esport, i sobretot el futbol, serveix per donar identitat i sentit a aquests grups, que l'utilitzen com a excusa per actuar de manera violenta i com a caixa de ressonància per tal de fer-se sentir. La informació que proporcionen els mitjans de comunicació sobre aquests fets resulta de gran utilitat per mostrar les conseqüències de tots aquests actes entre els adolescents i generar una reflexió crítica sobre les circumstàncies que els envolten.

2.4.4. *La violència i l'agressivitat als mitjans de comunicació*

La rivalitat, la competició, l'afany de victòria..., tot això també es troba als mitjans de comunicació. En molts casos, són els mateixos mitjans els que afavoreixen, estimulen i desperten un clima de violència (a dins i a fora del terreny de joc), promovent o lloant les accions antireglamentàries i exaltant les rivalitats entre els equips esportius. Titulars com: «A por ellos» o «Están buscando otra víctima» són ben freqüents a les pàgines esportives. En els discursos periodístics, a més, sovint s'hi recull el llenguatge bel·licista que ha adoptat l'esport, la lògica del qual, en molts aspectes, és calcada a la militar: «disparar a porteria», «ofegar la sortida», «superar la rereguarda»...

Sembla evident que fomentar la tensió i les disputes entre els equips serveix per augmentar el nombre de vendes, de manera que resulta molt beneficiós per a algunes empreses del sector. I a més, els mitjans també es troben que el gran nombre d'espai dedicat a l'esport requereix constantment nous titulars, noves informacions..., algunes de les quals s'han d'aconseguir emprant estratègies èticament condemnable (preguntes trampa, insistència fins a l'extenuació en determinats aspectes...).

Analitzar el vocabulari, el to o les imatges que s'empren en moltes de les informacions esportives, ja siguin de televisió, ràdio o premsa, i valorar si promouen la crispació o bé fan justament el contrari, resulta una activitat ben aclaridora per tal de generar una reflexió crítica sobre el paper dels mitjans en la promoció del joc net o bé de la violència en l'esport.

3. CONSIDERACIONS FINALS

Desenvolupar la capacitat d'anàlisi crítica entre els nois i les noies sobre l'esport, i a través de l'esport, es pot fer des de l'educació física, però també des de qualsevol àrea d'educació secundària i batxillerat. Resultaria molt pertinent, per exemple, poder treballar-hi des de l'assignatura de ciències socials, la d'ensenyaments alternatius o també a les tutories.

Considerem que l'esport és un fenomen suficientment complex i una realitat tan actual i problemàtica que possibilita perfectament l'oferta d'un tractament transversal en el currículum. Ja en altres ocasions hem manifestat que, de fet, podríem considerar-lo com un tema transversal, tal com ho són l'educació per a la pau, l'educació per a la salut, l'educació per al consumidor, etc. (Prat, 2000; Prat i Soler, 2003). Per tant, fóra bo que les intervencions didàctiques que es plantegen en la nostra proposta es poguessin tractar des de l'òptica de diferents assignatures.

Per tal de dur a terme aquest plantejament, però, cal disposar de recursos i materials que siguin pròxims a l'alumnat. Per això, considerem oportú aprofitar les possibilitats que les noves tecnologies ens ofereixen.

En aquest sentit, el Grup d'Investigació Valors en Joc es planteja facilitar l'aplicació dels plantejaments i els materials que acabem d'esmentar des de la xarxa d'Internet. Una pàgina web és el lloc que considerem més adient per difondre tot aquest seguit de propostes, ja que és fàcil d'accedir-hi per a tothom, en qualsevol moment i des de qualsevol lloc. A més, permet escollir la informació que més s'adeqüi a les necessitats i les pretensions de cadascú, s'hi poden obtenir els materials preparats per ser treballats a l'aula, permet actualitzar els recursos periòdicament, i finalment, es converteix en un lloc d'intercanvi d'experiències.

D'aquesta manera, pretenem orientar la mirada dels nostres alumnes cap a unes posicions més reflexives, comprensives i racionals del món en què estan —i estem— immersos.

4. BIBLIOGRAFIA

- AÑO, V. *Planificación y organización del entrenamiento juvenil*. Madrid: Gymnos, 1997.
- BILLIG, M. *Banal Nationalism*. Londres: Sage, 1995.
- CASTRO, A. L. de. «Culto al cuerpo, modernidad y medios de comunicación» [en línia]. *Efdeportes.com*, any 3, núm. 9 (1998). <<http://www.efdeportes.com>> [Revista digital]
- CRUZ, J. [et al.]. «Es perd el fair-play i l'esportivitat a l'esport en edat escolar?». *Apunts d'Educació Física i Esports*, núm. 64 (2001), p. 6-16.
- DURÁN, J. «Deportes y medios de comunicación: una propuesta educativa». A: *La educación física en el s. XXI: Actas del I Congreso Internacional de Educación Física*. Jerez: Universidad de Cádiz, 1999.
- DURÁN, J.; GARCÍA FERRANDO, M.; LATIESA, M. «El deporte mediático y la mercantilización del deporte: la dialéctica del deporte de alto nivel». A: GARCÍA FERRANDO, M.; PUIG, N.; LAGARDERA, F. [coord.]. *Sociología el deporte*. Madrid: Alianza, 1998.
- ELIAS, N.; DUNNING, E. *Quest for excitement sport and leisure in the civilizing process*. Oxford: Basil Blackwell Publisher Ltd., 1986.
- GARCÍA, M.; ASINS, C. *La coeducació en l'educació física*. Barcelona: Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1995. (Quaderns per a la Coeducació; 7)
- GARCÍA FERRANDO, M. *Los españoles y el deporte: Prácticas y comportamientos en la última década del siglo XX: Encuesta sobre los hábitos deportivos de los españoles, 2000*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Consejo Superior de Deportes, 2001.

- GARCÍA FERRANDO, M.; PUIG, N.; LAGARDERA, F. [coord.]. *Sociología el deporte*. 2a ed. Madrid: Alianza, 2002.
- GIRELA, M. J. «La imagen de la mujer en la publicidad desde la perspectiva de la actividad física y el deporte». A: *Ocio y deporte en España*. Madrid, 1998, p. 207-214.
- GUTIÉRREZ SANMARTÍN, M. *Valores sociales y deporte: La actividad física y el deporte como transmisores de valores sociales y personales*. Madrid: Gymnos, 1995. (Monografías sobre Ciencias de la Actividad Física y el Deporte)
- IBÁÑEZ, M. E. «L'altra visió de l'esport. El tracte diferenciat que la dona rep en els mitjans informatius esportius». *Revista Dones* [Barcelona], núm. 14 (2004), p. 14-15.
- IBÁÑEZ, M. E.; LACOSTA, M. *Gènere i informació: Informació esportiva. Només per a ells*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Institut Català de la Dona, 1998.
- JUNCA, A. «Una perspectiva de análisis sobre el nacionalismo, la identidad nacional y el deporte». *Boletín AEISAD* [Asociación Española de Investigación Social Aplicada al Deporte] [Barcelona], núm. 21 (2003).
- LÓPEZ, P. A. *Mitos y falsas creencias en la práctica deportiva*. Barcelona: INDE, 2002.
- MOSQUERA, M. J.; PUIG, N. «Género y edad en el deporte». A: GARCÍA FERRANDO, M.; PUIG, N.; LAGARDERA, F. [coord.]. *Sociología el deporte*. 2a ed. Madrid: Alianza, 2002.
- MOSQUERA, M. J.; SÁNCHEZ, A.; LERA, A. «La educación para la “noviolencia”: Una propuesta de intervención ante las conductas de violencia en el mundo del deporte». A: LATIESA, M.; MARTOS, P.; PANIZA, J. L. [coord.]. *Deporte y cambio social en el umbral del siglo XXI*. Vol. 2. Madrid: AEISAD: Librerías Deportivas Esteban Sanz, 2001.
- MOSQUERA, M. J.; LERA, A.; SÁNCHEZ, A. *No violencia y deporte*. Barcelona: INDE, 2000. (Biblioteca Temática del Deporte)
- PABLOS, J. C. de. «El deporte como objeto de consumo». A: LATIESA, M.; MARTOS, P.; PANIZA, J. L. [coord.]. *Deporte y cambio social en el umbral del siglo XXI*. Vol. 2. Madrid: AEISAD: Librerías Deportivas Esteban Sanz, 2001.
- PRADOS, E. «Contextos de tratamiento del cuerpo por parte de las mujeres». A: LATIESA, M.; MARTOS, P.; PANIZA, J. L. *Deporte y cambio social en el umbral del s. XXI*. Vol. 2. Madrid: AEISAD: Librerías Deportivas Esteban Sanz, 2001.
- PRAT, M. *Els continguts actitudinals en educació física a l'educació primària, 2000*. [Tesi doctoral inèdita]
- PRAT, M.; SOLER, S. *Actitudes, valores y normas en la educación física y el deporte: Reflexiones y propuestas didácticas*. Barcelona: INDE, 2003.
- PUIG, N.; LAGARDERA, F.; JUNCA, A. «Tot ensenyant sociologia de les emocions a l'esport». *Apunts d'Educació Física i Esports* [Barcelona], núm. 64 (2001), p. 69-77.
- PUIG, N.; HEINEMANN, K. «El deporte en la perspectiva del año 2000». *Papers*, núm. 38 (1991), p. 123-141.
- SANTACANA, C.; PUJADAS, X. *L'altra olímpada Barcelona 36'*. Badalona: Llibres de l'Índex, 1990.

- SOLER, S. «Es busca: entrenador/a per a equip femení. Recompensa: la satisfacció per la feina ben feta». *Apunts d'Educació Física i Esports* [Barcelona], núm. 55 (1999), p. 98-100.
- «Evolución de la competición deportiva escolar en Cataluña de 1940 a 1999: análisis a partir de las normativas». A: *Actas del XIX Congreso Nacional de Educación Física: Facultades de educación y escuelas de magisterio*. Murcia: Servicio de Publicaciones. Universidad de Murcia, 2001, p. 643-653.
- TORO, J. *El cuerpo como delito: Anorexia, bulimia, cultura y sociedad*. Barcelona: Ariel, 1995.
- UNISPORT. *Juega limpio en el deporte: Campañas de promoción del fair play*. Málaga: UNISPORT, 1993.