

MHSalud

Revista en Ciencias del Movimiento Humano y Salud

Doi: <https://doi.org/10.15359/mhs.22-2.20785>

Análisis de la imagen corporal y los estereotipos en la cartelería de Escuelas Deportivas Municipales de Extremadura (España) para la temporada 2024-2025

Analysis of Body Image and Stereotypes in the Posters of Municipal Sports Schools of Extremadura (Spain) for the 2024–2025 Season

Análise da Imagem Corporal e dos Estereótipos na Cartazaria das Escolas Desportivas Municipais da Extremadura (Espanha) para a Temporada 2024–2025

David Cerro Herrero¹ & Juan José Márquez López²

Recibido 16-11-2024 - Aceptado 28-07-2025

- 1 Universidad de Extremadura, Cáceres, España. davidcerro@unex.es,  <https://orcid.org/0000-0002-9220-5462>
- 2 Universidad de Extremadura, Cáceres España. jmarquezev@alumnos.unex.es,  <https://orcid.org/0009-0009-7590-7858>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 3.0 Internacional.

RESUMEN

Introducción: Las campañas de promoción deportiva a menudo reproducen estereotipos de género y corporalidad que limitan la participación inclusiva. **Objetivo:** Analizar la representación de la imagen corporal y los estereotipos en la cartelería de las Escuelas Deportivas Municipales de Extremadura (España) para la temporada 2024-2025. **Métodos:** Se utilizó un análisis de contenido sobre 23 carteles, aplicando un sistema de categorías que incluyó género, edad, somatotipo, nivel deportivo y diversidad. Se usaron técnicas cualitativas y cuantitativas, con triangulación de observadores. **Resultados:** El 34.8 % de los carteles presentan estereotipos de género. Se observa predominancia de cuerpos ectomorfos (43.5 %), escasa representación juvenil (4.3 %) y ausencia de personas con discapacidad. **Conclusiones:** La cartelería municipal deportiva refleja patrones de exclusión corporal y de género. Se recomienda fomentar diseños más inclusivos y diversos, que contribuyan a la igualdad de oportunidades en la participación deportiva.

Palabras claves: deporte para todos, discriminación social, igualdad de oportunidades, representación visual, roles sexuales

ABSTRACT

Introduction: Sport promotion campaigns often reproduce gender and body stereotypes that limit inclusive participation. **Objective:** To analyze the representation of body image and stereotypes in the posters of the Municipal Sports Schools of Extremadura (Spain) for the 2024-2025 season. **Methods:** A content analysis was used on 23 posters, applying a category system that included gender, age, somatotype, sport level and diversity. Qualitative and quantitative techniques were used, with observer triangulation. **Results:** 34.8% of the posters presented gender stereotypes. Predominance of ectomorphic bodies (43.5%), scarce youth representation (4.3%) and absence of people with disabilities were observed. **Conclusions:** Municipal sports billboards reflect patterns of body and gender exclusion. It is recommended to promote more inclusive and diverse designs that contribute to equal opportunities in sports participation.

Keywords: equal opportunities, sex roles, social discrimination, sport for all, visual representation

RESUMO

Introdução: As campanhas de promoção esportiva frequentemente reproduzem estereótipos de gênero e corporalidade que limitam a participação inclusiva. **Objetivo:** Analisar a representação da imagem corporal e dos estereótipos nos cartazes das Escolas Desportivas Municipais da Extremadura (Espanha) para a temporada 2024-2025. **Métodos:** Foi realizada uma análise de conteúdo de 23 cartazes, aplicando um sistema de categorias que incluiu gênero, idade, somatotipo, nível esportivo e diversidade. Foram utilizadas técnicas qualitativas e quantitativas, com triangulação de observadores. **Resultados:** 34,8% dos cartazes apresentaram estereótipos de gênero. Observou-se predominância de corpos ectomorfos (43,5%), baixa representação de jovens (4,3%) e ausência de pessoas com deficiência. **Conclusões:** A cartazaria esportiva municipal reflete padrões de exclusão corporal e de gênero. Recomenda-se promover designs mais inclusivos e diversos que contribuam para a igualdade de oportunidades na participação esportiva.

Palavras-chave: esporte para todos, discriminação social, igualdade de oportunidades, papéis de gênero, representação visual



INTRODUCCIÓN

Imagen corporal y estereotipos en el deporte

La imagen corporal se refiere a la percepción y actitud que una persona tiene sobre su propio cuerpo, lo cual incluye aspectos cognitivos, emocionales y conductuales (Baile, 2003). La importancia de este concepto ha sido ampliamente estudiada, ya que juega un rol central en el desarrollo de la identidad personal, especialmente en contextos sociales y culturales como el deporte (Cash y Smolak, 2011). También se ha analizado en otro tipo de cartelería como la electoral (Cruz *et al.*, 2022). En las cartelerías deportivas, la representación de cuerpos “ideales” puede promover estereotipos relacionados con la estética y la apariencia física, lo cual afecta la autoestima y la participación en la actividad física, especialmente en edades tempranas (Luengo y Blázquez, 2004).

Las imágenes en campañas de promoción deportiva no son neutrales, se configuran de acuerdo con valores sociales específicos y, a menudo, perpetúan estereotipos de género, edad y tipo corporal. Esto se observa, sobre todo, en campañas que utilizan representaciones corporales altamente idealizadas, contribuyendo a una visión limitada de lo que constituye un “cuerpo deportivo” (Palomares y Cao, 2013). Este fenómeno ha sido documentado en varios estudios, como el de Cerro Herrero (2018), que analiza la representación de los cuerpos en campañas para fomento del uso de la bicicleta, observando que, en la mayoría de los casos, la imagen proyectada es homogénea y excluyente.

En la actualidad existen numerosos medios que mandan continua información sobre los estereotipos corporales socialmente mejor aceptados TikTok (Órfão y Díaz, 2024), redes sociales (García y Quiles, 2025) o los videojuegos en red (Muros *et al.*, 2024) y sobre los que poco pueden actuar las administraciones públicas, por ello es importante actuar en los espacios que aún se tiene control.

Cartelería y representación social en la actividad física

La cartelería empleada para promocionar actividades deportivas en entornos municipales suele transmitir mensajes implícitos sobre quiénes son los destinatarios ideales de esas actividades, basándose en patrones corporales y conductuales específicos. La investigación sugiere que estas representaciones no solo influyen en el público objetivo, sino que también impactan en la identidad colectiva de la comunidad deportiva (Parra, 2002). Estudios previos han señalado cómo estas imágenes promueven ciertos estereotipos de género y apariencia física, presentando mayor frecuencia de



imágenes de hombres y de mujeres en roles diferenciados en cuanto a actividad física y deportiva (González Pascual, 2005; Palomares y Cao, 2013).

Impacto de los estereotipos en la participación deportiva

Los estereotipos de género y físicos proyectados en las cartelerías deportivas pueden tener consecuencias significativas en la participación deportiva de diferentes colectivos, especialmente de jóvenes, mujeres y personas con diversidad corporal (Boiché y Sarrazin, 2009). Este tipo de representación puede desincentivar la participación en actividades físicas en aquellos individuos que no se ven reflejados en los estereotipos proyectados, limitando la inclusión y la diversidad en el deporte (Táboas y Rey, 2007). Por ejemplo, el énfasis en cuerpos ectomorfos y delgados en la cartelería, como se observa en estudios previos, puede transmitir un mensaje implícito sobre el tipo de cuerpo "apto" para actividades físicas (Palomares y Cao, 2013).

Este estudio tiene como objetivo analizar la representación de la imagen corporal y los estereotipos en la cartelería de las escuelas deportivas municipales de Extremadura para la temporada 2024-2025. Se busca identificar la presencia de estereotipos de género, edad y tipo corporal en la cartelería deportiva, así como describir las posibles implicaciones que esas representaciones pueden tener en términos de accesibilidad e inclusión.

En este estudio se ha optado por un uso del lenguaje que evite el masculino genérico. Siempre que ha sido posible, se han utilizado formas inclusivas, impersonales o colectivas para referirse a grupos humanos diversos, en coherencia con el enfoque de derechos, accesibilidad y representaciones plurales que orientan el análisis de la cartelería deportiva.

METODOLOGÍA

El presente estudio se enmarca en un diseño no experimental de tipo descriptivo y exploratorio, con enfoque mixto. Se empleó el análisis de contenido como técnica principal, complementado con una codificación estructurada de datos cualitativos y frecuencias cuantitativas. Este tipo de diseño resulta adecuado para explorar representaciones visuales y patrones simbólicos en materiales gráficos sin manipular variables.

La unidad de análisis fueron los carteles promocionales de las Escuelas Deportivas Municipales de Extremadura para el curso 2024-2025. El muestreo fue no probabilístico, por conveniencia y criterio intencionado. Se recopilaron 23 carteles mediante búsquedas



en Google Imágenes, restringidas al año 2024, con las palabras clave "Escuelas deportivas municipales de + nombre de localidad". Se seleccionaron únicamente carteles que incluyeran imágenes de personas o material deportivo identificable.

El sistema de categorías se estructuró en dos dimensiones:

Dimensión corporal: sexo, edad (niñez, juventud, adultez), y somatotipo (endomorfo, ectomorfo, mesomorfo).

Dimensión deportiva: tipo de deporte representado, nivel deportivo (iniciación, fitness, competición) e indicios de estereotipos de género. El nivel deportivo se dedujo por los elementos visuales del cartel (uniformes, intensidad gestual, mención explícita a "iniciación" o "competición", etc.).

La ficha de análisis se basó en el instrumento de López Villar (2005) para imagen fija publicitaria, adaptado mediante un proceso de validación por juicio experto. Se aplicó una prueba piloto en 5 carteles, seguida de ajustes consensuados con 3 especialistas. La codificación final fue realizada por 3 personas investigadoras, de forma independiente y contrastada por triangulación.

Los datos se organizaron en matrices categoriales, cuantificándose las frecuencias y porcentajes de aparición. Además, se complementó con una revisión asistida por herramientas de inteligencia artificial para el reconocimiento de texto e imágenes en los carteles.

RESULTADOS

En el análisis de los carteles de Escuelas Deportivas Municipales de Extremadura para la temporada 2024-2025, observamos que una proporción considerable de ellos presenta elementos de estereotipos de género. De los 23 carteles evaluados, 8 carteles (34.8 %) incluyen representaciones que refuerzan estereotipos de género en la selección de actividades deportivas o en la presentación visual de los participantes. Aunque la mayoría de los carteles evita reforzar estereotipos de género, una porción significativa aún mantiene patrones tradicionales en la representación deportiva.

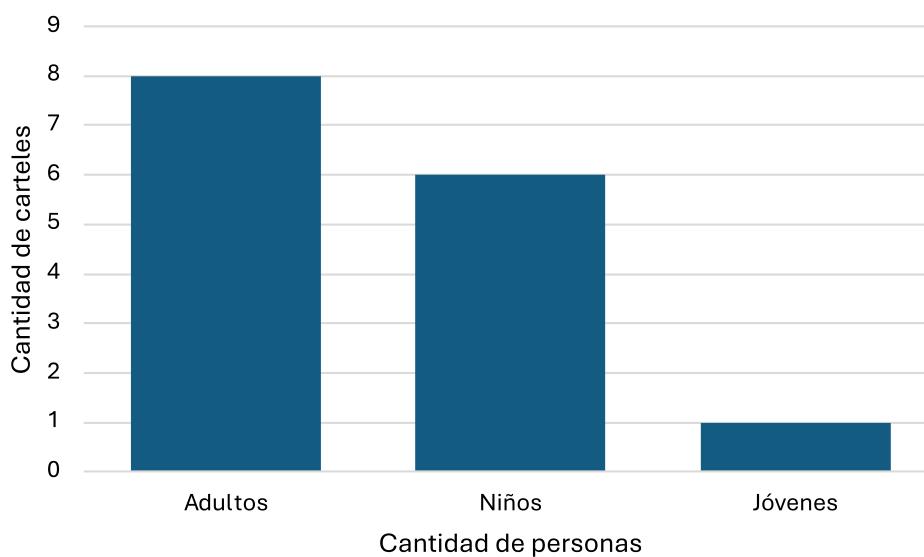
En cuanto a los personajes representados, ciertos deportes siguen reflejando una diferencia de género. Los carteles de deportes como baloncesto y fútbol tienden a mostrar figuras masculinas, mientras que las actividades como gimnasia o aeróbic están mayormente asociadas a figuras femeninas. Esta distinción sugiere una posible perpetuación de estereotipos de género, donde cada género se representa en deportes socialmente atribuidos. La falta de equilibrio en la representación de género en un



tercio de los carteles podría impactar en la percepción de quiénes "deberían" participar en ciertos deportes, afectando la motivación de algunos individuos.

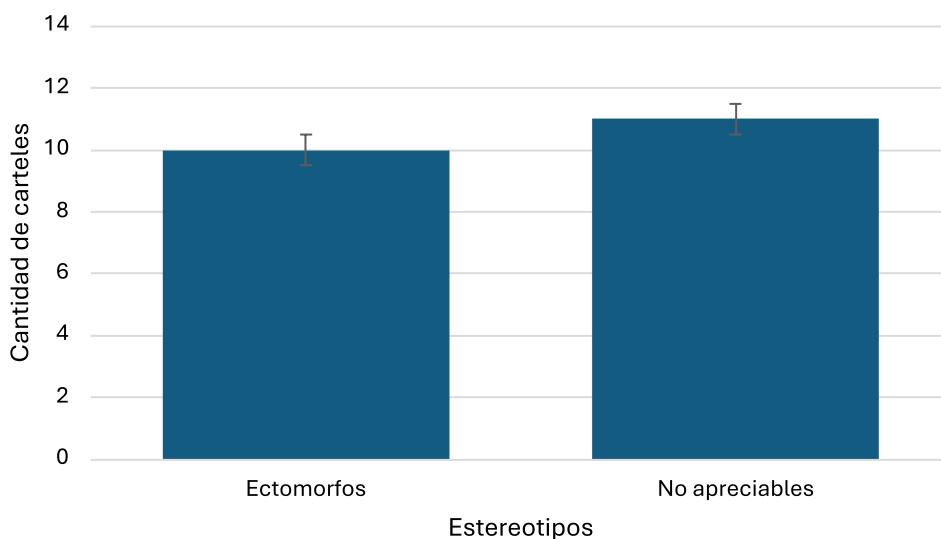
Respecto a la edad de los personajes principales, encontramos que 8 carteles (34.8 %) representan a personas en edad adulta, 6 carteles (26.1 %) a personas de edad infantil, y solo 1 cartel (4.3 %) muestra a personas jóvenes (Figura 1). Esto indica una tendencia hacia la representación de adultos, seguida de niños, y una escasa presencia de jóvenes. Esta distribución podría reflejar un enfoque en actividades familiares o para adultos, mientras que la inclusión limitada de jóvenes podría influir en su percepción de pertenencia y motivación para participar.

Figura 1
Representación de diferentes edades en los carteles



En relación con el somatotipo de los personajes, observamos que 10 carteles (43.5 %) presentan cuerpos ectomorfos (delgados y atléticos), mientras que, en 11 carteles (47.8 %) el tipo de cuerpo no es apreciable (Figura 2). La predominancia de figuras ectomorfas sugiere una preferencia visual hacia cuerpos delgados y atléticos, lo cual puede reforzar un estereotipo corporal limitado. La falta de diversidad en los tipos de cuerpo representados podría transmitir un mensaje implícito sobre el "cuerpo ideal" para el deporte, reduciendo la percepción de accesibilidad e inclusión.

Figura 2
Estereotipos en carteles



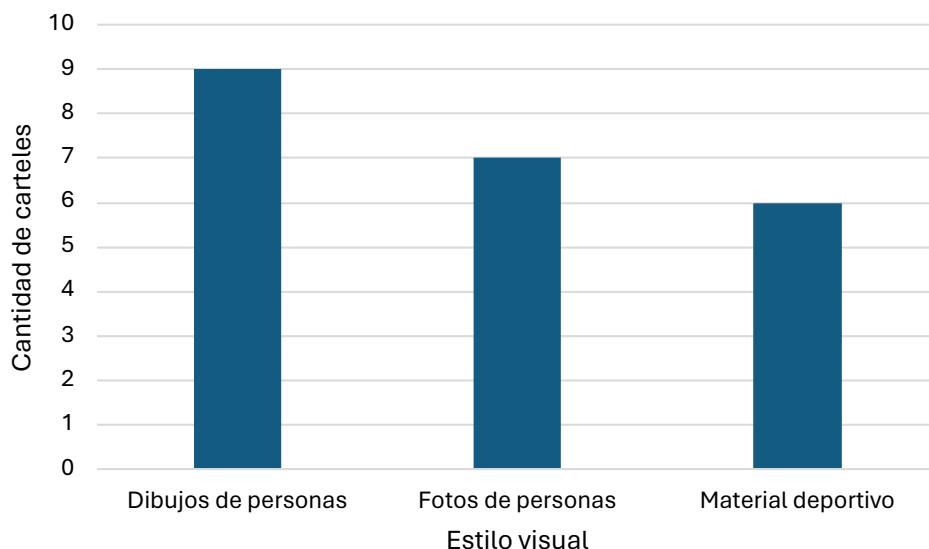
En el análisis de los deportes representados, encontramos una variedad significativa de actividades. Baloncesto y atletismo destacan como los más comunes, cada uno presente en 9 carteles (39.1 %), seguidos de fútbol en 7 carteles (30.4 %) y tenis en 6 carteles (26.1 %). En términos de nivel deportivo, predominan las actividades de iniciación en 9 carteles (39.1 %), mientras que 7 carteles (30.4 %) presentan deportes de competición y 3 carteles (13.0 %) están orientados al fitness. Esto sugiere un interés en fomentar la participación en todos los niveles, aunque, también hay una presencia destacada de deportes de competición para el desarrollo de habilidades avanzadas.

En cuanto a diversidad corporal e inclusión, los carteles muestran una limitada variedad en tipos de cuerpo y representación inclusiva. La mayoría de las figuras humanas representan somatotipos ectomorfos, observados en 10 carteles (43.5 %), mientras que, en 11 carteles (47.8 %) el somatotipo no es identificable. Además, no se observan representaciones de personas con diversidad funcional o discapacidad. Esta falta de inclusión podría transmitir una idea restringida sobre quiénes son "apropiados" para el deporte, limitando la percepción de accesibilidad e inclusión en las actividades.

Respecto al formato y estilo visual, los carteles analizados utilizan, principalmente, 3 estilos: dibujos de personas en 9 carteles (39.1 %), fotografía de personas en 7 carteles (30.4 %), y, representaciones de material deportivo sin personas en 6 carteles (26.1 %) (Figura 3). Las ilustraciones suelen transmitir un tono amigable y accesible, especialmente

atractivo para el público infantil, mientras que las fotografías tienden a enfatizar una imagen realista y orientada al rendimiento, más atractiva para adolescentes y adultos. La representación de material deportivo sin personas transmite una idea más neutral, destacando los objetos sin asociarlos a un tipo específico de persona, aunque puede perder el impacto de identificación con el público.

Figura 3
Estilo visual de los carteles



En el aspecto de accesibilidad y mensajes de inclusión, pocos carteles destacan mensajes explícitos sobre la gratuidad o actividades abiertas para todas las edades y niveles deportivos. Solo algunos mencionan la inscripción gratuita o actividades orientadas a distintos grupos de edad, lo cual limita la percepción de accesibilidad universal en la oferta deportiva. La falta de mensajes inclusivos podría afectar la percepción de que las actividades están abiertas y adaptadas para todos, independientemente de su situación económica o condición física. Incluir mensajes de accesibilidad más visibles fortalecería la percepción de las Escuelas Deportivas Municipales como espacios abiertos, acogedores y accesibles para toda la comunidad.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en este estudio evidencian patrones visuales en la cartelería de las Escuelas Deportivas Municipales de Extremadura que pueden estar

reflejando modelos normativos de cuerpo, género y edad. Aunque no se establece una relación causal, sí se identifican elementos que, desde una perspectiva crítica, pueden condicionar la percepción de accesibilidad y pertenencia simbólica a las actividades deportivas ofertadas.

Coincidiendo con estudios como los de [Palomares y Cao \(2013\)](#) y [González Pascual \(2005\)](#), se confirma una representación diferenciada por género en relación con los deportes mostrados: deportes como baloncesto o fútbol se asocian mayoritariamente a figuras masculinas, mientras que, actividades como la gimnasia o el aeróbic están vinculadas a figuras femeninas. Esta división refuerza estereotipos tradicionales que, como apuntan [Táboas y Rey \(2007\)](#), afectan a la construcción de identidad corporal y deportiva, especialmente en edades tempranas.

La falta de cuerpos no normativos y la predominancia de somatotipos ectomorfos (43.5 %) refuerzan lo encontrado por [Cerro Herrero \(2018\)](#) en cartelería ciclista y por [García y Quiles \(2025\)](#), quienes vinculan la exposición a modelos corporales idealizados con mayores niveles de insatisfacción corporal y conductas de evitación en jóvenes. Aunque el presente estudio no analiza, directamente, el impacto sobre la participación, sí pone de relieve una invisibilidad de cuerpos diversos que puede limitar el reconocimiento identitario, como también argumenta [Martínez-Serrano \(2023\)](#) en relación con las personas con discapacidad.

Por otra parte, la escasa presencia de jóvenes (4.3 %) y la omisión de personas con diversidad funcional o procedencia étnica diversa podrían estar indicando un sesgo implícito sobre a quién se dirige la oferta deportiva municipal. La representación comunicacional puede influir en la motivación y el sentimiento de pertenencia a los espacios deportivos, especialmente en poblaciones vulnerables ([Boiché & Sarrazin, 2009](#)), si bien, este estudio no evaluó directamente tales dimensiones.

Finalmente, el uso mayoritario de ilustraciones y fotografías presenta estilos visuales diferentes según el público objetivo. Sin embargo, la ausencia de mensajes inclusivos explícitos limita el alcance democratizador de esta cartelería. Estudios previos señalan que el lenguaje visual y textual de las campañas institucionales es clave para construir imaginarios deportivos accesibles, plurales y seguros ([Luengo & Blázquez, 2004](#)).

Por tanto, este trabajo aporta una descripción útil para repensar los criterios de diseño en campañas deportivas municipales, orientadas a construir espacios simbólicamente inclusivos. Futuros estudios deberían avanzar en el análisis de la

percepción de los públicos destinatarios y en la relación entre representación visual y participación efectiva.

CONCLUSIONES

Este estudio ha permitido identificar patrones de representación visual en la cartelería de las Escuelas Deportivas Municipales de Extremadura para la temporada 2024-2025, en relación con el género, la corporalidad, la edad y la inclusión. Si bien, una parte de los carteles analizados no reproduce estereotipos evidentes, una proporción relevante (34.8 %) refuerza roles tradicionales de género en la asignación visual de deportes.

Asimismo, se observa una predominancia de figuras corporales ectomorfas (43.5 %) y una ausencia notable de cuerpos no normativos o de personas con discapacidad, lo que limita la diversidad visual. La escasa presencia de jóvenes (4.3 %) y la ausencia de mensajes explícitos de accesibilidad indican un enfoque comunicativo centrado en perfiles normativos y familiares.

Si bien el estudio no aborda la percepción ni la participación de las personas destinatarias, los resultados permiten reflexionar sobre la importancia de construir campañas visuales más representativas y plurales. Se recomienda revisar los criterios gráficos y simbólicos de los carteles institucionales para avanzar hacia una comunicación más inclusiva en el ámbito deportivo municipal.

Futuros trabajos podrían explorar la recepción y percepción de estos mensajes visuales por parte de la población, así como estudiar el impacto de una representación más diversa sobre la motivación para participar en actividades físico-deportivas.

REFERENCIAS

- Baile, J. I. (2003). ¿Qué es la imagen corporal? *Cuadernos del Marqués de San Adrián: revista de humanidades*, (2), 53-70. ISSN: 1579-4806 <http://hdl.handle.net/20.500.12226/313>
- Boiché, J., & Sarrazin, P. (2009). Proximal and distal factors associated with dropout versus maintained participation in organized sport. *Journal of Sport Science and Medicine*, 8, 9-16. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3737782/>
- Cash, T. F., & Smolak, L. (2011). *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention*. Guilford Press.



- Cerro Herrero, D. (2018). Análisis de la imagen corporal y sus estereotipos en la cartelería de actividades para fomentar el uso de la bicicleta en España. *Psychology, Society, & Education*, 10(3), 315-323. <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/psye/article/view/2215>
- Cruz, M. A., Aguirre, F., & Eguren Álvarez, P. (2022). La construcción visual del género en los carteles de las campañas electorales chilenas de 2016 y 2017. *Revista Española De Ciencia Política*, (59), 143-180. <https://doi.org/10.21308/recp.59.06>
- García, S., & Quiles, Y. (2025). Uso de las redes sociales y su relación con la insatisfacción con la imagen corporal, la ansiedad y conductas alimentarias de riesgo en jóvenes. *Anuario de Psicología / The UB Journal of Psychology*, 55(1), 13-25. <https://doi.org/10.1344/anpsic2025.55.1.2>
- González Pascual, M. (2005). ¿Tienen sexo los contenidos de la Educación Física Escolar? Transmisión de estereotipos de sexo a través de los libros de texto en la etapa de secundaria. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte*, 5(18). <http://cdeporte.rediris.es/revista/revista18/artsexismo8.htm>
- López Villar, C. (2005). *Las imágenes fijas del cuerpo relacionadas con la actividad física y el deporte. Análisis de su uso en la publicidad de revistas*. Tesis doctoral. Pontevedra: Universidad de Vigo.
- Luengo González, M. R., & Blázquez Entonado, F. (2004). *Género y Libros de Texto. Un estudio de estereotipos en las imágenes*. Junta de Extremadura, Instituto de la Mujer de Extremadura.
- Martínez-Serrano, J. (2023). Actitudes y percepciones de estudiantes de 5º y 6º de primaria sobre la inclusión de alumnos con discapacidad en actividades de educación física y deportes tradicionales. *Revista Internacional Interdisciplinar de Divulgación Científica*, 1(1), 226-244. <https://riidici.com/index.php/home/article/view/23>
- Muros Ruiz, B., López de la Varga, S., & Navia Manzano, J. A. (2024). La construcción de la imagen corporal y los videojuegos en red (Body image development and online videogames). *Retos*, 56, 271-279. <https://doi.org/10.47197/retos.v56.98014>
- Órfão, M., & Días, P. (2024). The Impact of TikTok on the Body Image and Self-Esteem of Portuguese Adolescent Boys. [El impacto de TikTok en la imagen corporal y la autoestima de un grupo de adolescentes portugueses]. *Comunicar*, 79, 35-46. <https://doi.org/10.58262/V33279.4>
- Palomares, A. G., & Cao, A. R. (2013). Cultura corporal y estereotipos en las imágenes de libros de texto de educación física publicados bajo el periodo de la Ley Orgánica de Educación (LOE). *Ágora para la Educación Física y el Deporte*, 15(1), 1-19. <https://dehesa.unex.es/handle/10662/15038>

Parra, J. (2002). *El sexism en los libros de texto de Educación Física en segundo ciclo de ESO y Bachillerato*. Lecturas: Educar en Castilla la Mancha.

Táboas País, M. I., & Rey Cao, A. I. (2007). El cuerpo en las imágenes de los libros de texto de educación física: análisis de dos editoriales. *Kronos: Revista Universitaria de la Educación Física y el Deporte*, 11, 10-15. <https://erevistas.universidadeuropea.com/index.php/kronos/article/view/555>

AGRADECIMIENTOS

Las personas autoras agradecen la colaboración de la Universidad de Extremadura, así como el apoyo de los ayuntamientos de Extremadura que facilitaron el acceso a la cartelería deportiva utilizada para el análisis. Se reconoce, también, la contribución del equipo de revisión metodológica y de las personas expertas que participaron en la validación del instrumento.

FINANCIAMIENTO

El presente trabajo no contó con financiamiento específico proveniente de agencias del sector público, del sector comercial ni de organizaciones sin ánimo de lucro.

CONFLICTO DE INTERESES

Las personas autoras declaran no tener conflictos de intereses. La investigación fue realizada de forma independiente, sin influencia de entidades financieras o de apoyo institucional en ninguna etapa del estudio, desde la concepción hasta la redacción del manuscrito.

DECLARACIÓN DE CONTRIBUCIÓN DE LAS PERSONAS AUTORAS

Autor 1 participó en la conceptualización, análisis formal, investigación (líder), elaboración del instrumento metodológico, administración del proyecto, validación (apoyo), visualización, redacción del borrador original (apoyo) y revisión final del manuscrito.

Autor 2 participó en la recogida de datos (apoyo), supervisión del análisis, validación (líder), redacción del borrador original (líder) y revisión crítica del contenido.

