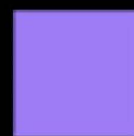




Anuario del Centro Interdisciplinar de Estudios de Género de la Universidad Miguel Hernández 2024



María Jesús Navarro Ríos y
Ana María Martí de Olives (Eds.)

 **UNIVERSITAS**
Miguel Hernández



Anuario del Centro Interdisciplinar de Estudios de Género de la Universidad Miguel Hernández 2024

Autoras:

Araceli Amorós Martínez
María Amparo Calabuig Puig
José Antonio Caveró Rubio
Mariela Dimitrova Velikova
Raquel García Martínez
Raquel Gil Monllor
Elena González-Gascón
Mónica González Morales

Ana M^a Martí de Olives
Maite Martín-Aragón Gelabert
Jesús Mula Grau
María Jesús Navarro Ríos
David Oliva Rodríguez
Jorge Ripoll Soriano
Joaquín Rubert Alemán
M^a Carmen Terol Cantero
Carolina Vázquez Rodríguez

ISBN:

978-84-18177-81-1

Fecha de edición:

29-10-2024

Editorial:

Universidad Miguel Hernández de Elche

Maquetación:

Servicio de Innovación y Planificación
Tecnológica UMH

Nota de la editorial:

Los textos de esta publicación y su revisión ortográfica
son responsabilidad de los/as autores/as



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

ÍNDICE

Saludos e introducción	4
María Jesús Navarro Ríos	
Imaginarios colectivos de la menstruación	12
Carolina Vázquez Rodríguez, M ^a Carmen Terol Cantero, Maite Martín-Aragón Gelabert, Raquel García Martínez	
Mujer y adicción: Aspectos diferenciales e implicaciones en el tratamiento	25
Carolina Vázquez Rodríguez, M ^a Carmen Terol Cantero, Maite Martín-Aragón Gelabert, David Oliva Rodríguez	
La trata con fines de explotación sexual: el trabajo de las diferentes entidades implicadas	43
María Jesús Navarro Ríos, M ^a Carmen Terol Cantero, Mariela Dimitrova Velikova	
Informe de estudio piloto. Visualización de nano-cursos sobre prostitución y trata con fines de explotación sexual. Evaluación de actitudes de profesionales	51
María Jesús Navarro Ríos, Mariela Dimitrova Velikova, M ^a Carmen Terol Cantero, Carolina Vázquez Rodríguez, Maite Martín-Aragón Gelabert	
El Distintivo “Igualdad en la Empresa” (DIE): Un Sello de Excelencia en la Promoción de la Igualdad de Género	67
José Antonio Caverio Rubio, Mónica González Morales, Jorge Ripoll Soriano	
La Brecha Salarial de Género: Causas, Consecuencias y Estrategias para Reducirla	70
Mónica González Morales, José Antonio Caverio Rubio, Araceli Amorós Martínez	
En el marketing online el género sí importa	73
Elena González-Gascón	
Marketing de género, otro ejemplo del bien y del mal	80
Elena González-Gascón	
¿Ser, estar o parecer? Reflexiones en torno al lenguaje inclusivo	86
María Amparo Calabuig Puig	
¿Adiós a los anuncios de prostitución?	89
Jesús Mula Grau	
Abandono precoz y persistencia en la práctica del baloncesto federado: una perspectiva de género	92
Raquel Gil Monllor, Ana M ^a Martí de Olives, Joaquín Rubert Alemán	

Saludos e introducción



¡Saludos!

Me satisface enormemente poder presentar el que será el segundo anuario de trabajos académicos de nuestro equipo multidisciplinar del Centro de Investigación de Estudios de Género (CIEG) de la Universidad Miguel Hernández. Una vez más, este anuario recopila diferentes investigaciones cuyo común denominador implica la aplicación de la perspectiva de género en diversos campos del conocimiento.

De esta forma, volvemos a cumplir con el objetivo de conseguir que la academia participe en la generación de conocimiento que habrá de contribuir a una sociedad más justa e igualitaria, poniéndolo a disposición de la ciudadanía para su beneficio.

Este compromiso, nacido en el año 2019 al presentar mi candidatura a la dirección del CIEG, de publicar un anuario que diera visibilidad al buen trabajo de las investigadoras e investigadores del Centro que venía realizándose desde sus comienzos allá por el año 2000, pero quizá sin la suficiente visibilidad de los resultados, viene a satisfacer dicha necesidad, al disponer de una publicación periódica que de respuesta a tal fin, cumpliendo con nuestra también obligada labor de transferencia al gran público.

Quiero destacar la satisfacción que me produce que un porcentaje importante de nuestra plantilla haya decidido participar en la elaboración de esta segunda edición, aportando una gran variedad de trabajos de muy diferentes disciplinas, como cabe esperar debido a la naturaleza interdisciplinar que caracteriza a nuestro Centro, y que paso a resumir a continuación:

En esta edición encontramos once artículos con perspectiva de género aplicada a un total de seis temáticas diferentes (psicología, prostitución y trata, empresa, lenguaje inclusivo, marketing y deporte), desde diversos enfoques tales como la sociología, el periodismo o la salud.

El **primer** artículo viene de la mano de investigadoras del Grupo de Investigación Psicosocial en el Ámbito Comunitario de la UMH, aportándonos un trabajo titulado:

“Imaginarios colectivos de la menstruación”.

Este estudio tiene como objetivo investigar y describir los significados atribuidos a la menstruación en diferentes contextos culturales, así como explorar la diversidad de imaginarios colectivos que la rodean. Para ello, se realizó una revisión bibliográfica que abarca diversas disciplinas (psicología, antropología, comunicación, sociología y medicina), abordando la menstruación como un fenómeno biopsicosocial.

Uno de los hallazgos iniciales fue la escasez de investigaciones sobre el ciclo menstrual, debido en gran parte al desinterés histórico influenciado por una lógica patriarcal, que no ha considerado la menstruación como un aspecto esencial de la experiencia humana. A pesar de ser un proceso fisiológico fundamental, el ciclo menstrual no solo tiene implicaciones biológicas, sino también profundas connotaciones sociales y culturales, tomando conciencia de que las creencias, mitos y prácticas en torno a la menstruación han generado desigualdades de género.

El trabajo se estructura en tres partes: primero, analiza las construcciones culturales de la menstruación desde la Teoría de las Representaciones Sociales; segundo, se conceptualiza el ciclo menstrual desde una perspectiva biopsicosocial; y finalmente, se presenta un recorrido transcultural sobre los significados, creencias y prácticas menstruales.

En este trabajo, las autoras, desde su perspectiva como mujeres, psicólogas y feministas, destacan que el estudio no solo es académico, sino también un proceso personal de exploración sobre su relación con el ser mujer y menstruante. A lo largo de su investigación, han identificado cómo otras mujeres de diversas culturas experimentan y se relacionan con sus cuerpos y ciclos menstruales, describiéndolo como una "implicación carnal", en términos del sociólogo Loïc Wacquant.

El estudio revela que el deseo de entender un fenómeno natural como la menstruación ha llevado, en muchos casos, al control social sobre las mujeres y sus cuerpos. Se identifican cuatro tendencias recurrentes en diferentes culturas para entender y controlar la menstruación:

1. Reducción a un proceso de utilidad reproductiva.
2. Patologización, reforzando la imagen histórica de la mujer como "histérica".
3. Sacralización, donde la menstruación es vista como un proceso divino.
4. Demonización, asociada a impureza, ocultismo, miedo, vergüenza y debilidad.

Asimismo, las autoras subrayan que la forma en que se concibe la menstruación refleja cómo las mujeres se sitúan en una estructura social, y que estas construcciones afectan a la relación de las mujeres con sus cuerpos. Sugieren que comprender estas dinámicas es esencial para impulsar cambios, diseñar estrategias pedagógicas y abrir nuevas vías hacia una realidad más equitativa y consciente.

Finalmente, se hace una crítica al sesgo de género en la investigación, tanto en la forma en que las mujeres son estudiadas como en su papel como investigadoras. Las autoras abogan por destacar los nombres completos de las autoras citadas, como un acto de reivindicación de sus voces y contribuciones.

El **segundo** artículo, elaborado por el mismo equipo de investigación, aborda una temática totalmente diferente, titulado:

“Mujer y adicción: Aspectos diferenciales e implicaciones en el tratamiento”

El trabajo aborda la problemática de la drogadicción desde una perspectiva de género, enfocándose en el consumo de drogas en mujeres, un tema históricamente menos estudiado que en los hombres. A través de la revisión de diversos estudios, se identifican varios puntos clave:

1. **Invisibilización del consumo femenino:** El consumo de drogas en mujeres ha sido invisibilizado debido a presiones sociales que fomentan el silencio tanto en ellas como en sus familias, y por las dificultades para detectar el consumo debido a sus características específicas.
2. **Impacto del género:** Las diferencias de género influyen en el consumo. Tradicionalmente, se consideraba que "ser mujer" protegía contra el consumo de drogas,

especialmente las ilegales, pero esto está cambiando con el tiempo a medida que evolucionan los roles de género.

3. **Gravedad del consumo en mujeres:** Las investigaciones señalan una mayor gravedad en la drogodependencia femenina y diferencias significativas en los factores que influyen en el consumo y sus consecuencias.
4. **Estigmatización:** Los roles tradicionales asignados a las mujeres y su participación en el ámbito público generan estigmas cuando consumen drogas, percibido como una transgresión. Este estigma amplifica las consecuencias que sufren las mujeres drogodependientes.
5. **Barreras en el tratamiento:** Las características de las mujeres drogodependientes y las peculiaridades de los sistemas de tratamiento crean barreras para acceder y mantener la efectividad del tratamiento.
6. **Adaptación de tratamientos:** Se subraya la necesidad de adaptar los tratamientos a las especificidades del consumo femenino, proponiendo enfoques integradores que aborden la problemática de manera más completa, incluyendo la creación de espacios diferenciados para tratar los temas específicos de las mujeres.

El estudio concluye abogando por la necesidad de prestar mayor atención a la drogadicción femenina, ajustando los tratamientos a las particularidades de género para mejorar su eficacia y acceso.

Un **tercer** trabajo, también del Grupo de Investigación Psicosocial en el Ámbito Comunitario de la UMH y de miembros del Observatorio de la Trata-UMH entre los que me incluyo, es el titulado:

“La trata con fines de explotación sexual: El trabajo de las diferentes entidades implicadas”

Este trabajo, realiza una introducción haciendo alusión a los esfuerzos internacionales y nacionales para combatir la trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual, exponiéndola a dos documentos clave: el Protocolo de Palermo (2000) y el Convenio de Estambul (2011). Ambos instrumentos instan a los Estados a adoptar medidas de prevención, persecución y protección en la lucha contra este delito. En particular, el Convenio de Estambul destaca la importancia de la sensibilización y la educación dirigidas a la población.

En línea con estas directrices, el trabajo expone que en la provincia de Alicante se desarrollaron 19 nanocursos, disponibles en la web de la Universidad Miguel Hernández (UMH), bajo el título *Trata de Mujeres y Niñas con fines de Explotación Sexual: Persecución, Prevención y Atención a víctimas desde la perspectiva de género y derechos humanos*. Estos nanocursos pretenden ofrecer una formación básica de tres horas cada uno sobre el delito de trata, evaluable de manera autónoma. Varias entidades especializadas han participado en su creación, incluyendo la Policía Nacional (UCRIF), la Guardia Civil (EMUME), la Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR), Médicos del Mundo, y otras organizaciones locales e internacionales.

Este enfoque formativo **integral** busca sensibilizar para combatir de manera eficaz la trata de mujeres y niñas desde todos los ángulos posibles, promoviendo una acción coordinada entre las instituciones y la sociedad.

La finalidad del trabajo presentado consiste en establecer un resumen de los contenidos presentes en el curso considerados de mayor relevancia. Para ello se explica que dichos contenidos se dividen en siete apartados que cubren temas como la diferencia entre tráfico y trata de personas, la trata con fines de explotación sexual y su relación con la prostitución, la identificación de víctimas, y el acompañamiento de las mismas. También destacan la importancia de concienciar sobre el vínculo entre las masculinidades, la pornografía y la prostitución, y la necesidad de sensibilizar a jóvenes y adolescentes.

Asimismo, se destaca que el enfoque de estos cursos, debido a la intención de que éstos ofrezcan una formación integral, sigue el marco de las "tres pés":

1. **Prevención:** Basada en investigaciones y acciones formativas que promuevan la sensibilización eficaz de la ciudadanía y los profesionales.
2. **Persecución:** Relacionada con el marco legislativo y policial que regula la lucha contra la trata en España.
3. **Protección:** Centrada en garantizar los derechos de las víctimas y ofrecerles apoyo integral para que puedan reconstruir sus vidas fuera de la violencia.

Continuando con la temática de la trata con fines de explotación sexual, el **cuarto** trabajo lleva por título:

“Informe de estudio piloto. Visualización de nano-cursos sobre prostitución y trata con fines de explotación sexual. Evaluación de actitudes profesionales”

El estudio señala la idea clave de que el sistema prostitucional se sustenta en la costumbre masculina demandante de satisfacción sexual sin reciprocidad, lo cual origina un mercadeo de cuerpos de mujeres para satisfacción de dicha demanda, generando de este modo la explotación sexual. Esta demanda genera enormes beneficios económicos para proxenetas y tratantes, lo que provoca resistencia al cambio del "status quo" por parte de quienes lucran con esta práctica.

En consonancia con el trabajo anteriormente comentado y elaborado por las mismas autoras, en este artículo vuelve a evidenciarse la idea de que para combatir eficazmente la trata y la prostitución, se propone una estrategia integral basada en las "tres pés": **Prevención, Persecución y Protección**, destacando que la prevención es fundamental y debe centrarse en generar conciencia ciudadana sobre las causas y consecuencias de este delito, con el fin de rechazar la normalización de la demanda sexual.

El estudio presentado se basa en un enfoque descriptivo transversal que evalúa las actitudes y percepciones de 20 profesionales (de ayuntamientos, asociaciones y cuerpos de seguridad) sobre la prostitución y la trata. Estos profesionales, formados previamente en el tema mediante los nano-cursos generados por la UMH, muestran una inclinación hacia posturas **abolicionistas** y **prohibicionistas**, rechazando la legalización de la prostitución. Asocian la prostitución con violencia de género, problemas de salud y morales, y la ven como un problema ético y social.

Respecto a las víctimas de trata, los y las profesionales perciben que tienen una capacidad limitada para salir de su situación, lo que refleja un alto nivel de conocimiento del fenómeno. Además, muestran empatía y confianza en su capacidad para ayudar a combatir la trata, evitando actitudes paternalistas.

En resumen, el estudio subraya la importancia de una respuesta integral implementada al unísono, basada en la prevención, persecución del delito y protección de las víctimas, para erradicar la explotación sexual.

Nos encontramos a continuación en **quinto y sexto** lugar, dos artículos de opinión del ámbito empresarial escritos por integrantes del Departamento de Estudios Económicos y Financieros, abordando el primero de ellos una reflexión sobre la importancia del distintivo “Igualdad en la Empresa” (DIE):

“Igualdad en la Empresa (DIE), un sello de excelencia en la promoción de la igualdad de género”.

La autora y autores del texto señalan que el Distintivo “Igualdad en la Empresa” (DIE), otorgado por el Ministerio de Igualdad de España, es una herramienta clave para promover la igualdad de

género en el ámbito laboral, reconociendo a aquellas empresas que demuestran un compromiso sólido con la equidad. Este distintivo, creado en 2009, ha sido un catalizador para impulsar políticas inclusivas y mejores prácticas dentro de las organizaciones, evaluando aspectos como el acceso a oportunidades equitativas, la conciliación familiar, la prevención del acoso sexual y la transparencia salarial.

En cuanto a los beneficios del distintivo, tanto para la empresa como para la sociedad, destacan:

1. **Mejora de la Reputación:** El DIE posiciona a las empresas como líderes en igualdad, atrayendo tanto a clientes como a talentos que valoran la inclusión y equidad.
2. **Ventajas Competitivas:** Las empresas galardonadas pueden tener preferencia en la obtención de subvenciones y contratos públicos, dado que muchas instituciones priorizan a aquellas que muestran un compromiso con la igualdad.
3. **Cultura Organizacional:** Las políticas de igualdad fomentan un entorno laboral más inclusivo, lo que mejora la productividad y satisfacción de los empleados, impactando positivamente en el rendimiento general de la empresa.
4. **Impacto Social:** El DIE promueve un efecto multiplicador al inspirar a otras organizaciones a adoptar políticas inclusivas, contribuyendo a una sociedad más equitativa y justa.

El artículo concluye opinando que el DIE supone un avance significativo hacia la equidad de género en el ámbito laboral, pero no es una solución definitiva. Las empresas deben continuar revisando y mejorando sus políticas de igualdad para adaptarse a los desafíos estructurales y culturales que persisten. El compromiso continuo con la mejora y la innovación en políticas de igualdad es esencial para garantizar que el entorno laboral sea cada vez más inclusivo y equitativo, beneficiando tanto a las empresas como a la sociedad en general.

El segundo artículo del ámbito empresarial, de la misma autoría, aborda la temática titulada:

“La brecha salarial de género: causas, consecuencias y estrategias para reducirla”

donde expone que la brecha salarial de género sigue siendo un problema en España y multitud de países. Se referencia el informe “Global Gender Gap 2024”, que refleja el dato de que las mujeres en España ganan aproximadamente el 67,6% del ingreso de los hombres, situando al país en el puesto 52 de 146 países en cuanto a igualdad salarial. La brecha provoca desigualdades estructurales, influenciadas por factores como la segregación ocupacional, la discriminación directa e indirecta y la carga desproporcionada de trabajo no remunerado que recae sobre las mujeres. En cuanto a las causas reflejadas en el artículo que provocan dicha brecha se citan la concentración de mujeres en sectores de menor remuneración, la discriminación en los lugares de trabajo y la carga doméstica que limita sus oportunidades laborales. Esto tiene serias consecuencias, como menores ingresos de jubilación para las mujeres y el impacto negativo sobre el crecimiento económico. Cerrar la brecha salarial podría incrementar significativamente el PIB en varios países, incluyendo los de la OCDE.

El artículo concluye que, para reducir la brecha se requieren medidas como la transparencia salarial, la implementación de programas de mentoría para mujeres, cuotas de género en posiciones directivas y políticas que promuevan la conciliación laboral. Cambiar la cultura organizacional y abordar los estereotipos de género desde la educación también son claves para lograr un entorno más equitativo y sostenible a nivel económico y social.

Los artículos **séptimo y octavo** vienen de la mano de la doctora Elena González-Gascón, especialista en marketing.

En el primero de ellos titulado: **“En el marketing online el género sí importa”**, la autora aporta una perspectiva crítica sobre la brecha digital de género (BDG), que sigue afectando a las mujeres

en el uso de Internet y las tecnologías. Aunque se destaca una reducción de la brecha inicial (diferencia en el acceso a dispositivos e Internet) en 7 puntos en España, esta mejora es limitada y no abarca aspectos más profundos del uso y aprovechamiento digital.

La BDG se divide en tres niveles:

1. **Primera BDG:** El acceso a Internet y dispositivos, que ha mejorado considerablemente.
2. **Segunda BDG:** Las competencias digitales y el uso efectivo de Internet, donde las mujeres aún presentan desventajas significativas en comparación con los hombres, especialmente en actividades relacionadas con el comercio electrónico y la banca online.
3. **Tercera BDG:** La capacidad de transformar el uso de Internet en oportunidades sociales y económicas, donde la desigualdad persiste, limitando las posibilidades de las mujeres para mejorar sus condiciones de vida.

La autora subraya que, a pesar de los titulares optimistas, la realidad es que las mujeres siguen en desventaja en cuanto a habilidades digitales y usos avanzados de Internet. La diferencia en el comportamiento de compra online y las actividades financieras refuerza esta brecha, siendo los hombres quienes realizan más compras de productos tecnológicos y de mayor valor, mientras las mujeres se centran más en bienes de consumo y salud.

Finalmente, se plantea una reflexión sobre la responsabilidad individual en la reducción de estas brechas, vinculándola con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en particular el ODS 5, que busca promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres mediante el uso de la tecnología.

En el segundo artículo, la doctora González-Gascón nos vuelve a deleitar con su estilo ameno y divulgador, regalándonos un trabajo con un sugerente título capaz de despertar especialmente el interés por abordar su lectura, denominado:

“Marketing de género, otro ejemplo del bien y del mal”.

El texto aborda la influencia de la publicidad infantil en la perpetuación de estereotipos de género y destaca cómo el marketing puede ser una herramienta clave para promover la igualdad.

El artículo presenta ejemplos de publicidad que afectan al público infantil, un sector altamente vulnerable. Se identifican diferencias marcadas entre la publicidad dirigida a niñas y niños, desde los colores (rosa para niñas y colores oscuros para niños), hasta los roles asignados (activos para niños y pasivos para niñas). Las niñas son representadas en roles de cuidado, belleza y domesticidad, mientras que los niños en actividades de acción y profesiones técnicas o de aventura. También se destaca la preocupante sexualización de las niñas en algunos anuncios, lo que puede perpetuar problemas como la violencia de género.

El texto contrasta ejemplos de "malas" prácticas, como los anuncios de Playmobil y Bebés Llorones, con otros que promueven la igualdad de género, como los de Play-Doh y LEGO. Mientras que los primeros refuerzan estereotipos tradicionales de género, los segundos promueven roles igualitarios, mostrando niños a y niñas jugando sin roles predefinidos.

En conclusión, el artículo refuerza la importancia de formar a las futuras generaciones en igualdad de género para erradicar estereotipos y construir una sociedad más equitativa, utilizando la publicidad como un medio de cambio positivo.

La **novena** contribución viene de la mano de la politóloga María Amparo Calabuig Puig, integrante del CIEG-UMH, con su artículo titulado:

“¿Ser, estar o parecer? Reflexiones en torno al lenguaje inclusivo”

Este artículo reflexiona sobre las resistencias y falsas creencias en torno al lenguaje inclusivo, destacando cómo, pese a un marco normativo robusto en España, su implementación sigue siendo insuficiente. Aunque existen muchas guías y recomendaciones, el uso del lenguaje inclusivo no ha logrado arraigarse de manera efectiva. Esto ha provocado una reacción beligerante, muchas veces basada en la falacia del "muñeco de paja", donde se distorsiona el discurso para atacarlo, como sucede con ejemplos ridiculizados como "miembros y miembras" o con términos peyorativos como "feminazi".

La autora nos indica que el lenguaje inclusivo va más allá del desdoblamiento de palabras, pues su objetivo es combatir las asimetrías del sistema sexo-género. Las diferencias en el trato a hombres y mujeres se reflejan también en el lenguaje, con ejemplos como los insultos cargados de misoginia o la disparidad de términos para definir a mujeres en situaciones negativas. Además, se abordan situaciones cotidianas de desigualdad, como el "mansplaining", donde las mujeres son tratadas como menos competentes o su testimonio es desvalorizado.

El artículo también destaca cómo las mujeres son constantemente cuestionadas o juzgadas de manera diferente a los hombres en diversos contextos, lo que contribuye a reforzar los estereotipos. Ejemplos recientes, como el trato diferente dado a la ministra Ione Belarra en relación con su baja por maternidad, ilustran esta desigualdad.

Finalmente, el lenguaje inclusivo enfrenta múltiples retos, como combatir el edadismo, la gordofobia, la cosificación o el discurso de odio, especialmente amplificados en redes sociales. El principal desafío es lograr que sea realmente comprendido y aceptado en la sociedad.

El **décimo** artículo es aportado por nuestro actual subdirector del CIEG, el doctor en periodismo Jesús Mula Grau, titulado:

“¿Adiós a los anuncios de prostitución?”

En él aborda una temática de elevado interés en el que cuestiona y analiza si la Ley de la Generalitat Valenciana de Publicidad Institucional, con una trayectoria ya de cinco años ha sido capaz de acabar con los anuncios de prostitución.

En el artículo recuerda que, en junio de 2023, se cumplieron cinco años desde la entrada en vigor de la citada ley, una medida que tuvo un impacto significativo en los medios de comunicación al eliminar los anuncios relacionados con la prostitución. Isaura Navarro y Francesc Ferri, ambos de Compromís, fueron los encargados de presentar esta ley que se alineaba con el pacto valenciano contra la violencia de género de 2017. La normativa impidió que los medios que incluían publicidad de comercio sexual recibieran financiación de la Generalitat.

El doctor Grau nos relata que, aunque en un principio se pensaba que esta ley afectaría gravemente los ingresos de los medios de comunicación, ya que los anuncios de contactos ocupaban varias páginas en los diarios, esa pérdida fue compensada con un aumento significativo de la publicidad institucional entre 2020 y 2022. Además, los medios encontraron nuevas fuentes de ingresos a través de modelos de pago online y eventos patrocinados. Sin embargo, la pandemia cambió el panorama de la publicidad institucional. En 2021, el Consell destinó 14,4 millones de euros a campañas publicitarias, duplicando los fondos destinados a este fin desde 2018. Pero, a pesar de los esfuerzos por eliminar los anuncios de prostitución, algunas publicaciones han encontrado formas de esquivar la ley con anuncios.

El artículo recuerda que la ley no prohíbe la publicidad de comercio sexual en general, sino que impide que los medios que la publiquen reciban publicidad institucional. Sin embargo, queda por ver si este tipo de anuncios ha migrado a plataformas digitales, sorteando así los controles, lo que representa un desafío para la regulación en la era digital.

A modo de conclusión, el autor nos señala que la otra cara de esta realidad sería estudiar si la publicidad de “contactos” que ha desaparecido de los medios de comunicación ha terminado por trasladarse ampliada o disminuida a los nuevos soportes digitales, es decir webs, redes sociales, aplicaciones, etcétera, sorteando así posibles controles en publicidad por parte de las distintas administraciones y facilitando este tipo de servicios ahora a una mayor audiencia si cabe.

El presente anuario cierra con un interesantísimo undécimo artículo sobre género y deporte, elaborado de forma colaborativa entre instituciones tales como la UMH, la Federación de Triatlón de la Comunidad Valenciana y el Departamento de Sociología de la Universidad de Alicante, con un trabajo titulado:

“Abandono precoz y persistencia en la práctica del baloncesto federado: una perspectiva de género”

Este trabajo se centra en analizar el abandono del baloncesto federado, considerando que este fenómeno del abandono es complejo y está influenciado por diversos factores, entre los cuales se encuentran los condicionantes de género, afectando de manera particular a las mujeres.

Los resultados de esta investigación proporcionan una visión preliminar de los desafíos que enfrentan las jóvenes jugadoras de baloncesto federadas en su trayectoria deportiva, destacando la necesidad de abordar las desigualdades de género presentes.

El estudio revela que las jugadoras de baloncesto experimentan pensamientos de abandono con mayor frecuencia que los jugadores, lo que sugiere la existencia de condicionantes de género que contribuyen a este fenómeno durante las etapas formativas. Se han identificado obstáculos que dificultan más la práctica deportiva de las mujeres en comparación con los hombres, tales como la dificultad para establecerse en un club adecuado, la lejanía de las instalaciones deportivas y la escasez de equipos femeninos en localidades más pequeñas.

Si bien existen iniciativas a nivel nacional, como *Basket Girlz* para el baloncesto específicamente, o el programa Universo Mujer del Consejo Superior de Deportes, destinadas a promover la igualdad de género y reducir los posibles factores que contribuyen al abandono femenino en la práctica deportiva, el artículo afirma que tales acciones no han generado una conciencia institucional sobre la necesidad de disponer de datos de acceso público. Este déficit de información obstaculiza la generación de estudios académicos diversificados y rigurosos que sean cruciales para abordar eficazmente el problema en cuestión.

Finalmente, el trabajo de investigación considera evidente que el abandono deportivo tiene una dimensión de género que afecta tanto a la esfera social como a la individual de las personas que practican deporte. A pesar de que esta problemática es conocida, desde la perspectiva académica, se requiere un mayor desarrollo para detectar y analizar las causas específicas de manera óptima y confiable, con el fin de diseñar proyectos que impulsen la igualdad en el deporte de manera efectiva.

Una vez más, espero que disfruten esta publicación y les sea de utilidad

María Jesús Navarro Ríos
Directora del Centro Interdisciplinar de Estudios de Género (CIEG) de la UMH
Septiembre de 2024

Imaginarios colectivos de la menstruación

Carolina Vázquez Rodríguez^{1, 2, 3}
M^a Carmen Terol Cantero^{1, 2, 3}
Maite Martín-Aragón Gelabert^{1, 2, 3}
Raquel García Martínez

¹Centro Interdisciplinar de Estudios de Género
²Grupo de Investigación Psicosocial en el Ámbito Comunitario
³Dpto. de Ciencias del Comportamiento y Salud
Universidad Miguel Hernández de Elche

En la ciencia, al igual que en el arte o en la vida, no hay otra fidelidad a la naturaleza que la fidelidad a la cultura

Ludwig Fleck

Esa realidad misteriosa y amenazada que es la femineidad

Simone de Beauvoir

1. Introducción

Este estudio tiene como objetivo principal investigar y describir los significados que se atribuyen a la menstruación en diferentes contextos culturales y conocer la diversidad de imaginarios colectivos que hay en torno a ella. Para ello, se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica de la literatura, que procedente de diferentes ámbitos (psicología, antropología, comunicación, sociología, medicina) estudia el ciclo menstrual, para abordarlo como un fenómeno biopsicosocial.

Uno de los aspectos llamativos que advertimos al inicio de la investigación es la escasez de literatura destinada al estudio del ciclo menstrual. El desinterés por el estudio de este fenómeno que experimenta, al menos la mitad de la humanidad, se ha debido, sobre todo, a que el período menstrual no ha sido apreciado como una parte esencial de la experiencia de la condición humana, puesto que, como se sabe, “*lo que se investiga y se considera digno de análisis debe su instauración a la lógica del orden patriarcal*” (Pierre Bourdieu, 2000 y Thomas Laqueur, 1999).

Como fenómeno fisiológico, el ciclo menstrual, es una secuencia de eventos armónicos y coordinados que acontecen en el cuerpo de una mujer durante, aproximadamente, 30 años de su vida. Menstruar es el quinto signo vital; esto es, detrás del pulso, la frecuencia respiratoria, la temperatura corporal y la presión arterial, un potente indicador de salud global en las mujeres. Pero más allá de ser un proceso fisiológico, el ciclo menstrual pasa a convertirse en un fenómeno social, quedando cargado de elementos culturales, que modelan su vivencia. Las creencias populares, las costumbres, los mitos, las publicidades, incluso los productos que usamos, han generado fuertes desigualdades entre hombres y mujeres. “*La diferencia biológica del ciclo menstrual se convierte de esta forma en una desigualdad social y cultural*” (Alicia Botello y Rosa Casado, 2017).

Hemos dividido el trabajo en tres partes. En primer lugar, basándonos en las aportaciones de la

Teoría de las representaciones Sociales, exponemos cómo se configuran las amplias y diversas construcciones culturales de la menstruación. En segundo lugar, conceptualizamos el ciclo menstrual y otros términos asociados para la comprensión de su carácter biopsicosocial. Y, por último, exponemos un recorrido transcultural de los significados, creencias y prácticas menstruales.

2. Marco teórico

Paradójicamente, las mujeres menstruamos con cierta incomodidad, rodeadas de un aura de silencio, sin embargo, *“la experiencia de la menstruación no es privada y secreta, sino que está embebida en relaciones sociales”* (Laura Fingerson, 2006).

Por eso es importante pensar la menstruación desde un punto de vista social, y ser conscientes de que la forma en que las niñas y adolescentes reciben-o no- información sobre sus ciclos, va a influir directamente en el modo en que los experimenten. Para comprender la construcción social del fenómeno, vamos a recurrir a la teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. Una representación social, en palabras del propio autor es: *“Un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios”* (Serge Moscovici, 1979 pp.17-18) Es, por tanto, el conocimiento que se origina en el intercambio de comunicación social. Robert Farr (1983), uno de los estudiosos de Moscovici, plantea que aparecen las representaciones sociales cuando los individuos debaten temas de interés mutuo o cuando los medios de comunicación guían el foco atencional hacia un asunto concreto. El objetivo de estas es dotar a los individuos de un orden sobre el que guiarse y relacionarse en su mundo material y social, y poder con ello establecer comunicaciones entre los miembros de una misma comunidad sintiendo que tienen un código común que les permite clasificar conceptos complejos y ambiguos, tanto de las historias personales como de las grupales (Robert Farr, 1983). En esta misma línea María Auxiliadora (1990), plantea que las representaciones sociales son una forma de reconstrucción mental de la realidad creada en el intercambio de informaciones entre sujetos.

Henri Tajfel (1974) resume los objetivos de estas construcciones como respuesta a tres necesidades: la primera de ellas, causalidad, es decir, poder dar sentido, orden y comprensión a fenómenos complejos. La segunda, justificación, en referencia a acciones cometidas contra otros grupos que pueden causar algún daño o perjuicio. Y, la tercera, diferenciación social, remarcar y clarificar la distinción entre dos grupos.

Si concretamos estos objetivos en el fenómeno de la menstruación, podemos ver con claridad como la representación mental que se crea y comparte en cada cultura busca responder a la comprensión de un fenómeno de gran complejidad (que abarca todos los planos de la mujer, el biológico, el psicológico, el social, el energético). Además, se utiliza como marcador de distintividad entre el gran binomio: hombre-mujer. Y, en sintonía con el segundo objetivo que plantea Tajfel, y dentro de contextos donde uno de esos grupos-mujeres- que forman el gran binomio sufre una fuerte infravaloración, la representación de la menstruación cargada de matices negativos permite justificar acciones de violencia y discriminación.

Con esta teoría, podemos comprender y corroborar cómo lo social transforma un conocimiento en representación colectiva y cómo esta representación modifica a su vez lo social.

De modo que, las creencias-y experiencias- que las mujeres reproducen y elaboran sobre la menstruación, se construyen en base al tipo de información que se recibe del entorno social, siendo las principales fuentes de socialización: la familia, la escuela, y los medios de comunicación. Está muy presente también el modo en que se brinda esta información y las

actitudes que se observan en el entorno y la cultura, que como veremos, van desde el ocultamiento, el silencio, el miedo, el rechazo, la sacralización y alabanza. La actitud que envuelve una representación social, es para el propio Moscovici, la dimensión que impulsa a una relación favorable o desfavorable con el objeto de la representación. Es, por tanto, el componente más conductual, con una fuerte carga motivacional que condiciona nuestra posición frente al fenómeno.

3. Conceptualización

Para adentrarnos en la comprensión de nuestro objeto de estudio, el ciclo menstrual, comenzaremos abordando los términos que lo definen, y que conforman su carácter biopsicosocial. Así, conceptualizamos la menstruación desde el punto de vista de las disciplinas biológicas y con los matices que le incorporan las disciplinas sociales. La cultura, el género-como forma de organización cultural-, el cuerpo-“como campo de batalla” o fuente de inspiración-, y los estereotipos.

3.1. Cultura

Al hablar de cultura, hablamos de todo aquello (tangible o intangible) que identifica y distingue a un grupo determinado de personas. Es el modo en que cada grupo de seres humanos construimos y habitamos nuestra parte de mundo. Es cultural el arte, la poesía, el intelecto, el desarrollo, la tecnología, cualquier producto fruto de una civilización.

Si la cultura se crea a través de grupos humanos, no podemos obviar la subjetividad que la envuelve. De modo que cualquier concepto que exista y se integre en una cultura determinada es digno de ser analizado con un prisma crítico. Es importante conocer las representaciones y percepciones asociadas a un determinado concepto, fenómeno, hecho, o vivencia; pues tienen una fuerte carga social, subjetiva. Y, a través de este análisis, podemos conocer las representaciones e imaginarios contruidos alrededor de un determinado tema, concretamente el que aquí abordamos: la menstruación.

De acuerdo con Alicia Botella y Rosa Casado (2017), la menstruación es un fenómeno fisiológico que al entrar en contacto y convivencia con las culturas se impregna de sus conceptualizaciones de género, creencias, aprendizajes, significados subjetivos y actitudes. En consecuencia, se crean estereotipos y discriminaciones. Esto sitúa a las mujeres menstruantes, por esta doble condición, en un lugar de ofensa y desprecio. Además, la presencia cultural en la definición, comprensión y vivencia de la menstruación la lleva a presentarse de formas muy diversas. Aunque normalmente, oscila entre un concepto erróneo y reducido a la parte biológica-reproductiva, un concepto tabú, silenciado, considerado un estorbo o una vergüenza; y un concepto sacralizado, un proceso de carácter divino que debe ser honrado y ritualizado.

Las creencias populares relacionadas con la menstruación han sido origen de fuertes desigualdades sociales y culturales entre hombres y mujeres. La diferencia biológica del ciclo menstrual se convierte de esta forma en una desigualdad social y cultural, ya que durante esos días las mujeres están sometidas a prohibiciones y exclusiones estratégicamente pensadas. (Alicia Botello y Rosa Casado, 2017, p. 95).

La cultura es, por tanto, lugar de creación y traspaso de creencias populares, y tiene como fuertes aliados los medios de comunicación y publicidad. Así, en lo que concierne al área que aquí abordamos, encontramos un bombardeo de mensajes acerca de cómo es el ciclo menstrual, y cómo debe vivirse, qué productos higiénicos le deben acompañar impulsándonos a ellos casi desde la obligación, teniendo en cuenta que no nos muestran ni la diversidad, ni la libertad de cuestionar.

Por no hablar de que la publicidad muestra una idea genérica de **qué** es ser mujer, creando un modelo estigmatizado y reduccionista que lanza un mensaje de que la menstruación es igual para todas las mujeres y en todas las etapas vitales, lo cual es falso. Las prioridades son los beneficios económicos y el mantenimiento de sistemas de poder europatriarcales (Minna Salami, 2020).

3.2. Estereotipo

Walter Lippman fue el primero en definir en 1922 el término estereotipo. Define los estereotipos cómo imágenes almacenadas en la mente de los individuos sobre objetos y personas de otros grupos. Plantea que surgen por la necesidad humana de simplificar el mundo y tornarlo más comprensible, de modo que los estereotipos son mecanismos de categorización. Además, hacen más fácil la socialización e integración de las personas en un entorno hostil, desconocido, incomprensible y a veces inaccesible (Isabel Pla, Antoni Adam e Isabel Bernabeu, 2013).

Los estereotipos están en la base de las creencias populares y las expectativas compartidas que se depositan a determinados grupos o individuos. Se trata del componente cognitivo de nuestras actitudes.

Las actitudes, cargadas de emoción y motivación, son el componente fundamental en nuestra forma de relacionarnos con los otros y con el mundo. Si el estereotipo es el componente cognitivo de las actitudes, y se forma generalmente en lo social, el prejuicio, abordaría el componente afectivo y se conforma en el terreno individual, aludiendo a la opinión previa o anticipada de algo. Estos dos componentes, estereotipo y prejuicio se relacionan y conforman el componente comportamental, la discriminación. La discriminación con una fuerte carga de intencionalidad, aunque no siempre llegue a manifestarse de forma material, conduce al estigma. Según Erving Goffman (1963) la palabra tiene su origen en la antigua Grecia, donde hacía referencia a los signos corporales que se marcaban sobre la piel de algunas personas para exponer algo malo en su moral.

Es un rasgo que lleva, o no, a incluir a la persona en un determinado grupo, generando habitualmente una respuesta negativa y viéndolos como inadecuados o inferiores. De acuerdo con los resultados del trabajo de Alicia Botello y Rosa Casado (2017), “en el cuerpo de la mujer y el proceso menstrual, tenemos un elemento que ha sido siempre considerado como negativo, favoreciendo esta estigmatización: la sangre”.

El estigma, con su base cognitiva de creencias y esquemas, y su base afectiva de emociones, valoración positiva o negativa, aceptación o rechazo, sirve para justificar la exclusión social de aquellos individuos o grupos que lo poseen. No deja de ser un juicio categórico que excluye a ciertos individuos por salirse de la norma o las expectativas. Y que incluso genera en las propias mujeres rechazo a su condición, su cuerpo y su naturaleza, pues: “ante el acoso, la discriminación o el rechazo, el individuo estigmatizado mostraría respuestas que abarcan desde la vergüenza y el auto desprecio hasta los intentos de corregir aquello que considera el fundamento objetivo de su deficiencia” (Erving Goffman, 1986). Estigmatizar la menstruación supone un elemento de discriminación hacia las mujeres.

3.3. Género

Kate Millet (1969) expone que el género se introyecta al adquirir el lenguaje tan solo con dieciocho meses de vida. Y, a través de él, las formas de vivenciar lo masculino y lo femenino en las sociedades se torna totalmente opuesta. Sosteniéndose sobre las diferencias sexuales, se crea todo un sistema binario y jerarquizado de normas, roles y atributos asociados a cada uno de los géneros. Como constructo social, “*pone de manifiesto las convenciones culturales, los roles y los comportamientos sociales que diferencian a las mujeres y a los hombres; por tanto, intenta*

distinguir el sexo biológico de la forma en que la sociedad construye el «ser hombre» o «ser mujer»” (Maribel Blázquez y Eva Bolaños, 2017).

De acuerdo con Magdalena Rohatsch (2015) es de gran importancia incluir la perspectiva de género en las cuestiones de salud/ enfermedad y sus respectivos modos de atención. Esta incorporación resulta crucial ya que la visión biomédica y androcéntrica presume de una pretenciosa objetividad y da fuerza a discursos que naturalizan lo que es producto de una jerarquía social, de modo que se normalizan relaciones de poder asimétricas basadas en el discurso social de dominación androcéntrica (Liliana María y Rocío, 2019) Pues, como nos alerta Pierre Bourdieu, en su obra *La dominación masculina* (1998), “*se da una socialización de lo biológico y biologización de lo social*” que sirve para justificar la opresión e inequidad.

Las desigualdades de género han situado a la mujer en un lugar oscuro y silenciado dentro del ámbito médico. Con las primeras disecciones de cadáveres, se pensaba que la vagina era el pene vuelto hacia dentro y los ovarios los testículos. De modo, que la visión del cuerpo femenino queda reducida a un cuerpo masculino de segunda, de menor categoría (Magdalena Rohatsch, 2015). Cuando las investigaciones comienzan de verdad a centrarse en el cuerpo femenino con entidad propia, profundizando en el útero, clítoris, ovarios, trompas, etc, la ciencia médica encuentra aquí la justificación que le permite explicar el género por sexo. Como expone Thomas Laqueur (1994), la ciencia justifica a partir de las hormonas el rol social y cultural de las mujeres.

Desde la perspectiva de la medicina científica, con carácter biologicista, universalista, individualista, ahistórica, autoritario y con pretensiones de objetividad, como expone Eduardo Luis Menéndez (1998), el cuerpo de las mujeres se define a partir de su función reproductiva. Y, esclavo de sus hormonas, lo que lo convierte en débil y lo lleva a conectar con la figura de mujer histórica. Así, Michel Foucault (2014) plantea que la menstruación es el símbolo por excelencia de la histerización.

Toda persona, expresa y describe su experiencia como cuerpo en su contexto. Para el cuerpo socializado como femenino, hay valores, normas y estereotipos específicos que, sustentados sobre los discursos del modelo médico hegemónico, condicionan fuertemente nuestra vivencia corporal y emocional, y que son fruto de la socialización de género. Esto explica, que muchas veces seamos las mismas mujeres las que culpemos a nuestras hormonas, nuestro cuerpo, de nuestro mal humor; es decir, acabamos introyectando la concepción patologizada de nuestros cuerpos, con la consecuente culpa y rechazo. Pero, debemos tener muy presente que, en cualquier caso, el género no puede verse únicamente como una simple estructura binaria y heteronormativa, pues está compuesto de estructuras sociales flexibles y cambiantes que constantemente se movilizan y marcan nuevos lugares diferenciados para mujeres y hombres.

3.4. Cuerpo

Comenzaremos recogiendo la idea de cuerpo, y concretamente cuerpo femenino, como “*campo de batalla*” (Maribel Blázquez y Eva Bolaños, 2017). El cuerpo femenino está politizado, y tiene dos usos, por un lado, está sometido a la cultura de la belleza que erotiza la opresión de las mujeres, y lo hace además apuntando atributos concretos de las mujeres blancas como estándares globales. En este sentido, se define a partir de la mirada masculina heteropatriarcal. Por otro lado, queda reducido a sus funciones reproductivas, posicionado ante la mirada del prisma biomédico, excluyendo una enorme diversidad de significaciones y, legitimando estereotipos y relaciones sociales desiguales. Es la paradoja de un cuerpo que es idolatrado y sexualizado al mismo tiempo que infravalorado, y reducido a un vehículo reproductor.

Foucault (1987), aunque no ahondara en la perspectiva de género, explica con mucha claridad cómo se manifiestan las relaciones de poder en las formas de construir el cuerpo y las relaciones sociales. Plantea la inexistencia de discursos directos e intencionados sobre el cuerpo y la

sexualidad dentro de la escuela y del hogar; y la convivencia que estos silencios y censuras tienen con la moda, el cine, la televisión y los muchos videos que se encuentran a un solo clic, donde aparecen representados continuamente el cuerpo y el sexo, y, concretamente, el cuerpo femenino sexualizado. La forma de vivir y pensar el cuerpo pertenece a una experiencia colectiva de socialización, donde las mujeres participan, aprenden y reproducen aquello que ven en su entorno (Liliana Gómez y Rocío Quintal, 2019).

El cuerpo, además de un vehículo emocional y un puente en el contacto humano, es un territorio repleto de representaciones sociales e imágenes culturales. Es importante repensar las nociones que tenemos del cuerpo y las formas de vivirlo. Y, replantearnos el discurso corporal expuesto en las escuelas, pues en sintonía con la idea que expone Fernanda Oliveira (2007) se nos enseñan las partes del cuerpo, además de separadas entre sí, separadas de su contexto social, de modo que no se invita a cuestionar las relaciones de poder a las que está sometido, ni las normas y valores de grupos en las que se integra.

El cuerpo se convierte en nuestra carta de presentación, un lugar que es al mismo tiempo material y simbólico, público y privado, individual y colectivo. *Los cuerpos se expresan como resultado de los códigos aprendidos y asumidos* (Liliana Gómez y Rocío Quintal, 2019), y a través de ellos se expresan los roles y normas de género imperantes en cada cultura. Sometido a fuertes ideales femeninos como la debilidad, belleza e infantilización a la par que sexualización (voilà la paradoja); y masculinos, fuerza, salud y potencia.

3.5. Menstruación

*“La menstruación se deriva del latín menstruum, mensis que significa **mes**. Se trata de un flujo proveniente de la matriz que todos los meses secretan las mujeres. Fenómeno natural que compartimos con algunos de los primates y que consiste en el desprendimiento del endometrio o revestimiento uterino que no ha recibido un óvulo fecundado que inicie un embarazo”* (Susan Sperling y Yewoubbar Beyene, 1997 p. 2).

De acuerdo con Maribel Blazquez y Eva Bolaños (2017), la menstruación se ha conceptualizado como el proceso de utilidad para la reproducción. En su investigación cualitativa sobre el ciclo menstrual, recogen las voces de algunas mujeres entrevistadas, que señalan que la única explicación que recibieron acerca de la menstruación era que les permitiría ser madres. Además, muchas asociaban la menarquia al inicio de su reconocimiento como seres sexuales, y esto venía acompañado de consejos como “cuidarse” o “guardarse”, en alusión a los hombres. Lo que conforma una experiencia de temor a los hombres, al cuerpo y a la sexualidad.

Las mujeres menstruamos durante aproximadamente la mitad de nuestras vidas. Estamos hablando de un proceso universal de gran relevancia, y que ha sido objeto de estudio y análisis para disciplinas sanitarias como la ginecología y la matronería. Sin embargo, su estudio ha quedado eclipsado por la funcionalidad reproductiva, o por las llamadas “patologías de la menstruación”. Estos últimos acercamientos sanitarios, nos llevan a pensar, teniendo en cuenta que se trata de un proceso cotidiano y habitual, que en el cuerpo de las mujeres se prioriza el estudio de la anormalidad frente a la normalidad. El llamado “Síndrome Premenstrual” está incluido en el DSM, lo que permite sostener la idea de mujer nerviosa y fuera de control que mantiene vigente el concepto de mujer histérica.

En las escuelas, el discurso habitual es explicar la menstruación como un hecho que marca el inicio de la vida fértil (Magdalena Rohastch, 2015), y que ocurre en el aparato reproductor de la mujer, el cual se explica cómo ente aislado del resto de procesos y funciones femeninas y del medio social en que se ubica. Es fundamental que aquí nos preguntemos las consecuencias de dejar de lado las significaciones culturales en las clases de biología. Pues, como sabemos, los discursos que recibimos y el modo en que lo hacemos determinan la manera en que habitamos

nuestros cuerpos. Y, aquí la importancia de analizar la menstruación más allá de lo biológico, de la reproducción. Integrar los aspectos psicoemocionales y conocer los socioculturales. Aprender como los hábitos alimentarios, de sueño, deporte, etc... influyen en ella y aprovecharla como herramienta para leer nuestros cuerpos y relacionarnos con ellos de forma más armónica.

4. Significados y prácticas culturales

Todo concepto englobado en una cultura está cargado de símbolos, imágenes y creencias y, por tanto, su definición es muy diversa. Gracias a la antropología, podemos profundizar en cómo las diferentes culturas impregnan de significados la menstruación, más allá del significado biológico universal. Como construcción sociocultural pone de manifiesto aspectos analíticos relacionados a las temáticas de género, poder, identidad, etnicidad, entre otros (María Belén Vásquez y Ana María Carrasco, 2016).

Partiendo de la teoría de las construcciones sociales, a continuación, recogemos algunos de los significados y prácticas colectivas que las distintas culturas introyectan a las formas de pensar y actuar de sus miembros.

Comenzamos situándonos en el *continente americano*:

En la cultura Maya, la mujer y su sexualidad estaba vinculada con la esfera femenina del cosmos- luna y tierra-Su fuerza era creadora, y por oposición complementaria, destructora. Estas mismas cualidades ambivalentes se transferían a la sangre menstrual, entendida como sustancia de vida y muerte al mismo tiempo. En esta cultura se practicaba el ritual llamado *Nay Nicté* (canto de flor), una ceremonia en la que las jóvenes danzaban desnudas bajo la luna en el lugar en que fueron gestadas; lo hacían portando hilos, en honor a la condición femenina creadora.

Encontramos alusión a mitos donde la luna siempre está muy presente para explicar el proceso menstrual. Como el del rapto del Sol a la Luna, en los *k'ekch'ies*, de Guatemala, quienes además nombran a la mujer menstruante como “*puch'uc*” (la que tiene que ser lavada), considerándola en un estado de suciedad e impureza, lo que lleva a la marginación en muchas ceremonias tradicionales. Los huaves de San Mateo del Mar cuentan que en el pasado un joven subió a la Luna “*tierna*” y la desfloró, siendo la sangre que de ella brotó el origen de la menstruación. Él, como castigo fue transformado en conejo, y ahora, cada mes muerde a la luna y la hace sangrar. Los Totonacos poblanos cuentan el mito de que durante su lucha contra el Sol, antes que éste ascendiera al cielo, la Luna se apoderaba de las flores que el Sol depositaba sobre su altar como ofrenda, y las arrojaba al suelo; esas flores son las reglas de las mujeres.

En indígenas contemporáneos del territorio mexicano encontramos muy arraigadas las ideas de que las menstruantes pueden perjudicar a niños y mayores, a mujeres embarazadas y a las recién paridas. Los Mochós de Chiapas conciben a las mujeres menstruantes como impuras, creen que pueden frenar el crecimiento de los campos de cultivo. Y, los Tzeltales, consideran que la mujer menstruante hará que la fruta verde nunca madure, y que dañará a los niños que estén en contacto con ella en su proceso de crecimiento; cuando esto ocurre, la cura consiste en que al niño lo colocan en el suelo en el umbral de la casa y la mujer “que lo dañó” pasa por encima de él tres veces.

En Bolivia, se dice que bañarse en piscinas o aguas cercanas al río con la menstruación puede atraer a una serpiente llamada “*sicuri*” que entra en la vagina y deja a la mujer embarazada.

En pueblos y tribus de este continente encontramos muy presente el simbolismo femenino de la luna, y la transferencia a la mujer de estas cualidades cíclicas, de fertilidad, cambio y oscuridad. Cruzamos ahora el charco para situarnos en el *continente africano*:

En Kenia, por motivos económicos resulta de muy difícil acceso para las mujeres el costearse productos higiénicos como tampones y toallas, por lo que hacen uso de cualquier cosa que esté a su alcance como telas, rellenos de cojín, hojas de árbol, etc. Frente a esta problemática, la ONU despliega uno de sus proyectos Femme International, con el objetivo de repartir productos higiénicos, como copas menstruales, reutilizables.

En Malawi, al sureste del continente, encontramos una creencia de lo más peculiar, caminar detrás de una mujer menstruante tiene consecuencias nefastas para la dentadura.

En un artículo publicado por UNICEF (2018) sobre la menstruación, se recoge este testimonio de una joven de Etiopía:

“Me pregunté: ¿qué está pasando?” No sabía cómo decírselo a mi familia, pero mi madre vio la mancha de sangre en mi vestido y fue ella quien me lo explicó a mí. En ese momento me sentí muy insegura, no sé por qué”. Kuri Tenkolu, 16 años, de Sheno, Etiopía.

En este país africano reside la creencia de que cuando una joven menstrua por primera vez, deja de ser virgen, es decir, la menstruación simboliza haber tenido relaciones sexuales o haber sido violada, lo que acentúa las vergüenzas, la culpa, las burlas y el aislamiento.

En Tanzania, existe la superstición de que la persona que vea la sangre menstrual puede quedar maldita, esto incita el aislamiento y la discriminación de las mujeres.

En Burkina Faso y Níger, según UNICEF el 83% de las niñas no tienen acceso a aseos públicos en las escuelas y fuera de ellas. Esto crea una complicación de salud, ya que muchas chicas no pueden asearse durante largos períodos de tiempo.

En Burundi, África oriental, se cree que el contacto con una mujer que está menstruando puede ser mortal para otros miembros de la familia.

La vivencia menstrual en este continente pone de manifiesto, por un lado, el factor pobreza en la acentuación de la problemática higiénica y de salud; y por otro, la cantidad de creencias supersticiosas y silencios que sirven de disfraz a la vergüenza, la culpa y la burla.

Continuamos por *el continente asiático*:

En Afganistán la problemática de salud se manifiesta en el difícil acceso a los productos higiénicos, y la convivencia con mitos que asocian la higiene menstrual con esterilidad. Frente a esto, UNICEF, cuenta con un programa específico, **Wash**, que está trabajando en el desterramiento de estos mitos, y en ofrecer una educación sexual, menstrual y recursos para evitar la enfermedad de estas mujeres.

En Irán, un 48% de mujeres consideran la menstruación como enfermedad (UNICEF, 2017). A esto se añade la creencia de que va asociada a la pérdida de virginidad, y con el velo de la moralidad y la religión, se prohíbe el uso de tampones para no atentar contra esa virginidad tan preciada a ojos del hombre.

En Japón, reside la creencia de que la menstruación lleva a las mujeres a perder el equilibrio y el sentido del gusto, por lo que no deben hacer sushi durante esos días.

En Nepal, concretamente en áreas rurales, encontramos la tradición Chhaupadi, que consiste en aislar a las mujeres menstruantes por su condición de impureza. Se las envía a cabañas en pésimas condiciones donde carecen de recursos higiénicos y de contacto humano. Esta práctica fue prohibida hace más de diez años, pero continúa vigente en algunas zonas.

En Bangladesh, se extiende el ritual de esconder los paños menstruales bajo tierra para evitar que vengan malos espíritus. En este país, UNICEF despliega uno de sus varios proyectos menstruales, llamado *Sanimart*, con el que, enseñan a las jóvenes asentadas en campamentos de refugiados a hacer sus propias compresas de tela, tanto para uso propio como para la venta en mercados.

Nos situamos ahora en *Europa*, dentro de un marco progresista y primermundista, pero no por ello exento de creencias y datos, cuanto menos, dignos de análisis:

En 2015, se realizó una investigación, a cargo de la empresa HelloClue, con la participación de 90.000 personas a nivel mundial, con la que se descubrió que existen 5000 eufemismos a nivel mundial relacionados con la menstruación. A escala transcultural, esta investigación nos muestra la variabilidad de porcentajes en cuanto al uso de eufemismos. Y, es en países europeos como Francia y República Checa donde mayor es el porcentaje de eufemismos menstruales, lo que nos indica, al no nombrar las cosas por su nombre, que existe un problema cultural al respecto (helloforclue.com, 2017).

Thomas Johnson (1987) considera el Síndrome Premenstrual como característico de la cultura occidental. A partir de una investigación contrastada de la literatura médica expone que se trata de una construcción social más que de una enfermedad. Y, que de alguna forma sostiene la rebelión de las mujeres ante la exigencia de ser a la vez madres, mujeres trabajadoras, fuertes productoras a tiempo completo y con mucho éxito.

Entre las creencias y prácticas más llamativas del continente, encontramos, en algunas zonas de Eslovaquia, que convive la tradición de llevar a las mujeres en trineo por los campos de sembrío durante el invierno para que produzcan más; con mitos sobre lo que no puede hacer en los días de menstruación: batir huevos o leche (la cortaban), estar cerca de las flores (se marchitan), coger a un recién nacido (enferma) (Diana Fabianova, 2014).

En España, *“no se puede afirmar que el ciclo menstrual continúa siendo un tema tabú, sin embargo, es patente el desconocimiento general existente sobre el mismo y en este sentido es urgente revisar cómo se han ido definiendo los períodos fundamentales de la vida de las mujeres, qué estereotipos existen, qué han representado para las propias protagonistas y cómo les afecta a su salud”* (Alicia Botello y Rosa Casado, 2017). Si bien es cierto que no contamos con las dificultades de acceso a recursos higiénicos, y que el tema está puesto sobre la mesa, en las casas, la calle y las escuelas con mucha más notoriedad que en otros lugares del mundo, siguen existiendo gran cantidad de prejuicios, silencios y sobre todo ideas negativas asociadas al ciclo menstrual. En determinados contextos continúan latentes falsas creencias, la mayoría de ellas relacionadas con la higiene y el contacto con el agua, llegando a considerar que este pueda producir embolias, parálisis y demencias.

5. Metodología

Con la motivación e intención de comprender cómo se presenta, y se vivencia, en el imaginario de cada cultura la menstruación se lleva a cabo este estudio. Se realiza una revisión bibliográfica por la literatura científica publicada centrada en recoger, desde una visión psicológica y social los modos en que se conceptualiza y los significados que se le atribuyen a la menstruación. Guiándonos por los siguientes descriptores: “menstruación”, “cultura”, “género”. La búsqueda se realizó por las siguientes bases de datos: Scielo, Proquest, PsicoDoc, Google Academic y Web of Science (WOS).

En cuanto a los criterios de inclusión y exclusión, para los primeros, se tuvo en cuenta la presencia de los descriptores mencionados. El marco temporal, fue en un primer momento definido en un rango que abarcaba los últimos 5 años (2016-2021), pero posteriormente decidió ampliarse, por

ser escasa la documentación encontrada. Por otro lado, como criterios de exclusión, descartamos aquellos artículos que contenían nuestros descriptores, pero en su lectura completa del resumen se advertía la discrepancia de contenido con el que aquí abordamos.

En una primera búsqueda se recogieron un total de 43 artículos y libros, de los cuales 31 fueron seleccionados, ya que cumplían los criterios de inclusión, y 12 fueron descartados, no cumplían los criterios de inclusión. En la Tabla 1 se expone el número total de artículos, indicando los seleccionados, los descartados y la fuente de origen.

Tabla 1. Artículos y recogidos de cada base de datos

Base de datos	Total artículos/ Libros	Seleccionados	Repetidos	Descartados
Scielo	5	3	2	2
Proquest	14	10		4
Psicodoc	1	0		1
WOS	3	3	2	0
Google Academic	14	9		5
Redalyc	1	1		0
Biblioteca física	5	4		1

A continuación, en la tabla 2, mostramos los artículos y libros seleccionados, junto con la autoría de los mismos.

Tabla 2. Artículos y libros seleccionados.

Bases de datos	Artículos
Scielo	Nadia Rizzo (2012) Alicia Botello y Rosa Casado (2013) Alicia Botello y Rosa Casado (2015)
Proquest	Itzel Sosa, Susana Lerner y Joaquina Erviti (2014); Tomas Ojeda (2017); Liliana Gómez y Rocío Quintal (2019); Diana Rosas(2019); Alicia Botello y Rosa Casado (2018); Felitti Karina (2016) Ángela Robles (2014); Karina Felitti (2016); Emma Gómez y Elisabet Marco (2020); Mara Viveros (2017)
Google Academic	Marina López y Xiana Pena (2020); Emma Gómez y Elisabet Marco(2020); Maribel Blázquez y Eva Bolaños(2017) Micaela Kohen y Elsa Meinardi (2016); Magda García (2006); Magdalena Rohatsch (2015) Maria J. Rodríguez y Miriam López (2011); María J. Rodríguez y Beatriz Barba (2014) Martin Mora (2002)
WOS	Alicia Botello y Rosa Casado (2017); Maria Belén Vásquez y Ana María Carrasco (2017); Guillo Arakistain (2013)
Redalyc	Mari Luz Esteban (2006)
Biblioteca física	Simone de Beauvoir (1987); Minna Salami (2020); Pierre Bourdieu (1998) Leonor Taboada (1978)

En esta última tabla 3 mostramos los descriptores, junto con las autoras más destacadas en la temática tratada.

Tabla 3. Descriptores y autoras más relevantes

Descriptores	Menstruación cultura Género	Menstruación cultura género	Menstruación cultura género	Menstruación cultura género	Menstruación cultura género
Autoras relevantes	Alicia Botello Hermosa	Rosa Casado Mejía	Magdalena Rohatsch	Maribel Blázquez Rodríguez	Eva Bolaños Gallardo

6. Conclusiones

Como mujeres menstruantes, psicólogas y feministas, nos vemos atravesadas de lleno por la temática abordada. Por lo que, queremos exponer que el trabajo ha ido acompañado de todo un proceso personal de exploración y acercamiento nuestra forma de ser mujer menstruante en el mundo. O quizás, fueron nuestras hazañas en ese proceso las que nos abrieron la puerta a conocer cómo otras mujeres, en otros muchos lugares, se acercaban a sus cuerpos y a sus ciclos. Ha sido, sin duda, en palabras del sociólogo Loïc Wacquant (2006) una implicación carnal.

Es un rasgo muy humano, buscar la explicación lógica de todo gran fenómeno o misterio que exista en la naturaleza. Y, el hecho de que la mitad de seres humanos del planeta expulse sangre de su cuerpo una vez al mes sin que eso sea señal de enfermedad o muerte, es un gran misterio. Es muy fácil que ese deseo de comprensión, se convierta en deseo de control. Así, ocurre lo que hemos recogido en estas páginas: todas las sociedades humanas, de maneras diversas, se las ingenian para ejercer control sobre las mujeres y sus procesos cíclicos naturales.

En síntesis, con esta investigación, hemos encontrado cuatro tendencias, que se repiten por diversos lugares del mapa, a la hora de comprender, y controlar, la menstruación:

1. Reducción a un proceso de utilidad reproductiva.
2. Patologización, lo que sostiene, aún en nuestros días, la imagen de mujer histérica.
3. Sacralización y alabanza como si de un proceso divino se tratara.
4. Demonización e impureza con sus consecuentes: ocultismo, miedo, vergüenza y debilidad.

Comprender cómo se da forma al imaginario colectivo y que experiencias lo expresan y mantienen ha sido uno de los objetivos de esta investigación. Pero como ocurre con cualquier fenómeno que esté a la base de un problema, no podemos quedarnos únicamente en la comprensión, sino que debemos hacer uso de ella para pasar a la acción.

La manera en que se entiende la menstruación refleja la forma en que las mujeres se sitúan en una estructura social (Laws, 1990). Y, al mismo tiempo, la manera en que se entiende la menstruación condiciona la forma en que las mujeres se relacionan con sus propios cuerpos y procesos. Por tanto, comprender la estructura social de una cultura es fundamental, nos da mucha información sobre cómo son sus jerarquías, sus defensas y sus modos de proceder en el mundo; y es a partir de ahí que podemos relacionarnos con esa cultura de forma novedosa, diseñar estrategias pedagógicas, aportar experiencias que abran nuevas vías en ese imaginario colectivo, con el objetivo de vivir una realidad más consciente, libre y justa. Dejamos, por tanto, aquí abierta una futura línea de investigación, que vaya movilizandó la comprensión hasta convertirla en acción.

Por último, hacemos referencia al sesgo de género en el campo de la investigación, tanto cuando la mujer es objeto de estudio como cuando es sujeto que estudia. En línea con la visión patriarcal de que el hombre produce y la mujer reproduce. Por ello, optamos por citar a las autoras por su nombre y primer apellido, en lugar de solo el apellido, en aras de dar más fuerza a sus nombres, reivindicar sus trabajos y sus voces femeninas.

7. Referencias

- Beauvoir, Simone. (1987). El segundo sexo. Siglo XX.
- Bergesio, Liliana. (2017). Pueblos distantes, derechos universales y voces silenciadas en torno a un documental sobre los wichí. *Revista Española De Antropología Americana*, 45(2), 477-497.
- Bermúdez Montes, Teresa y Heloane Carvalho de Sant'Anna, Mónica. (2018). Letras escarlatas. Estudios sobre la representación de la menstruación. *Revista De Lenguas y Literaturas Catalana, Gallega y Vasca*, 23, 179-181.
- Blázquez Rodríguez, Maribel, Bolaños Gallardo, Eva. (2017). Aportes a una antropología feminista de la salud: el estudio del ciclo menstrual. *Salud Colectiva*, 13(2), 253-265. <https://doi.org/10.18294/sc.2017.1204>.
- Botello-Hermosa Alicia, Casado Rosa. (2015). Miedos y temores relacionados con la menstruación: Estudio cualitativo desde la perspectiva de género. *Texto contexto-enfermagen*, 24(1), 13-21.
- Botello-Hermosa Alicia, Casado Rosa. (2016). Estereotipos de género con respecto a las etapas reproductivas de las mujeres y sus implicaciones en la salud. *Matronas profesión*, 17(4), 130-136.
- Botello-Hermosa Alicia. (2013). La menarquia: influencia de las creencias populares y la cultura en la salud. *Enfermería Comunitaria*, 9(2). <http://www.index-f.com/comunitaria/v9n2/ec9201.php>
- Botello-Hermosa, Alicia, García-Jiménez, María, Santana-Berlanga, Nidia del Rocío y Ruiz-Ferrón, Cecilia. (2019). Diseño y validación de un instrumento para medir los conocimientos y actitudes de las mujeres jóvenes ante la menstruación: escala Metcon. *Feminismos*, 33, 225-247
- Bourdieu, Pierre. (1998). La dominación masculina. Anagrama.
- De Rosas, Diana. (2019). Menstruación, epistemología y etnografía amazónica. *Maguaré*, 33(1), 75-107.
- Esteban, Mari Luz. (2006). El estudio de la salud y el género: las ventajas de un enfoque antropológico y feminista. *Salud Colectiva*, 2(1), 9-20.
- Felitti, Karina. (2016). El ciclo menstrual en el siglo XXI. entre el mercado, la ecología y el poder femenino. *Sexualidad, Salud y Sociedad*, 22, 175-208.
- García Porta, Magdalena. (2006). Síndrome premenstrual (SPM): aproximación crítica. *Revista de Antropología Iberoamericana*, 1(1), pp. 80-102.

- Gómez Nicolau, Emma., & Marco Arocas, Elisabet. (2020). Desafiando las reglas: articulaciones políticas del activismo menstrual. *Revista Española De Sociología*, 29(3 - Sup1), 155-170.
- Guillo Arakistain, Miren. (2013). La incorporación de la investigación: Políticas de la menstruación y cuerpos (re)productivos. *Nómadas*, 39, 233-245.
- Kohen, Micaela., & Meinardi, Elsa. (2016). Problematicando las enseñanzas sobre la menstruación en la escuela: lo disimulado, lo negativo, lo silenciado. *Bio-grafía*, 9(16), 179-183. <https://doi.org/10.17227/20271034.vol.9num.16bio-grafia179.183>
- López García, Marina, & Pena Lima, Xiana. (2020). Pedagogía Menstrual como Herramienta para el Empoderamiento Femenino. *Ambigua: Revista De Investigaciones Sobre Género Y Estudios Culturales*, (7), 387–392.
- Mora, Martín. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital*, 2.
- Ojeda Güemes, T. (2017). La cuestión del género y las desigualdades: en busca de una reflexión cristiana. *Mensaje*, 66(662), 23+. <https://link.gale.com/apps/doc/A509470535/IFME?u=anon~a221e8ae&sid=googleScholar&xid=dd0be3e6>
- Rizzo, Nadia. (2012). Un análisis sobre la reproducción social como proceso significativo y como proceso desigual. *Sociológica*, 27(77), 281-297.
- Robles, Ángela Patricia e Ibarra, Una Pardo. (2014). Úteros históricos: Permanencia de las representaciones de la feminidad monstruosa en comerciales de buscapina fem®. *Cuadernos De Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 9(2), 107-125.
- Rodríguez-Shadow María José y Barba Ahuatzin, Beatriz. (2014) *Antropología de las mujeres en México*. Centro de Estudios de Antropología de la Mujer.
- Rodriguez-Shadow, María José y López, Mirima. (eds.) (2011) *Las mujeres mayas en la antigüedad*. Centro de estudios de antropología de la mujer.
- Rohatsch, Magdalena. (2015). Menstruación. Entre la ocultación y la celebración. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Salami, Minna. (2020). El otro lado de la montaña: Así verías el mundo si no te lo contara siempre un hombre blanco europeo. Planeta S. A.
- Sosa Sánchez, Itzel, Lerner, Susana y Erviti, Joaquina. (2014). Civilidad menstrual y género en mujeres mexicanas: Un estudio de caso en el estado de Morelos. *Estudios Sociológicos*, 32(95), 355-383.
- Taboada, Leonor. (1978). Una introducción al Self-Help. Cuaderno feminista.
- Vázquez, María Belén y Carrasco, Ana María. (2017). Significados y prácticas culturales de la menstruación en mujeres Aymara del Norte de Chile. Un aporte desde el género a los estudios antropológicos de la sangre menstrual. *Chungara, Revista de Antropología Chilena*, 49, (1), 99-108.
- Viveros Vigoya, Mara. (2017). La antropología colombiana el género y el feminismo. *Maguaré*, 31(2), 19-60. <https://doi.org/10.15446/mag.v31n2.71518>

Mujer y adicción: Aspectos diferenciales e implicaciones en el tratamiento

Carolina Vázquez Rodríguez^{1, 2, 3}
M^a Carmen Terol Cantero^{1, 2, 3}
Maite Martín-Aragón Gelabert^{1, 2, 3}
David Oliva Rodríguez

¹*Centro Interdisciplinar de Estudios de Género*

²*Grupo de Investigación Psicosocial en el Ámbito Comunitario*

³*Dpto. de Ciencias del Comportamiento y Salud*
Universidad Miguel Hernández de Elche

1. Introducción

Es bien sabido que la comunidad científica avanza en la medida en que lo hace la realidad en la que subsiste, aplicando sus estudios mayoritariamente a las necesidades que van surgiendo a través de la propia evolución humana. Pues bien, centrándonos en la problemática que nos atañe, la drogadicción, no es difícil descubrir que influyen en su desarrollo una amplia gama de factores y que la mayoría de los estudios han sido enfocados hacia la población masculina, históricamente con una mayor prevalencia de consumo de drogas.

A lo largo de este trabajo se pretende conocer esta problemática social a través de una mirada de género. Centrándose de esta manera en el consumo en mujeres, menos estudiado, pero como veremos a lo largo del trabajo, con un futuro incierto si la comunidad científica y terapéutica no avanza al ritmo que lo hace la sociedad.

1.1. Conceptos básicos

Empezamos definiendo que entendemos por perspectiva de género. Este concepto está construido a través de la teoría de género que según la reflexión de Silvia Tubert (2007) hace referencia al sistema simbólico bajo el cual se determina y manifiesta la subordinación de las mujeres en aspectos como el económico, político, social, cultural, educativo, religioso y familiar. Esto influye mediante el proceso de socialización, sustentado en las categorías de feminidad y masculinidad, en la formación de la personalidad de las mujeres y hombres.

Por lo tanto, existen una gran cantidad de estereotipos que determinan a lo largo del desarrollo de una persona como deben ser sus relaciones y de qué forma perciben a los demás. Teniendo en cuenta esto, es importante comprender cuales son las características principales que han definido social y culturalmente los estereotipos de la identidad femenina. Para ello, apoyándonos en los trabajos de Marcela Langer (1996), podemos puntualizar algunos factores de gran importancia:

- La subordinación derivada de la continuidad de una sociedad patriarcal que desplaza a las mujeres de los espacios de poder, alejándolas a un segundo plano.
- El establecimiento de la maternidad como núcleo principal del desarrollo de una mujer.
- La histórica reducción del desarrollo personal de una mujer al ámbito privado, sin tener reconocimiento de sus tareas.
- Tradicionalmente las mujeres han tenido un mayor tiempo de espera para la realización de sus necesidades, que son puestas en un segundo plano en vistas de cumplir primero las ajenas.

Por tanto, se puede tomar en palabras de esta misma autora como una mirada a través de la cual se puede observar y analizar las características diferenciales entre mujeres y hombres de manera específica, con esto, conocer el sentido de sus vidas, expectativas y oportunidades, las complejas relaciones sociales, conflictos institucionales y cotidianos. Así, con la finalidad de “contabilizar los recursos y la capacidad de acción con que cuentan estas mujeres para enfrentar las dificultades de la vida y la realización de los propósitos” (Marcela Langarde, 1996, p.15).

Es importante hacer hincapié en que la perspectiva de género se aplica en una gran variedad de fenómenos, ya sean sociales, culturales o de la salud, y no se debe caer en el simplismo de llevar a cabo estudios o análisis a través de una diferenciación de sexo en el sentido biológico. En este sentido, Nuria Romo (2005) señala cómo algunos estudios epidemiológicos usan la variable sexo como una más, ignorando así el modo en el que las influencias sociales del género se manifiestan en el cuerpo de las mujeres.

En cuanto a la conceptualización de drogadicción, drogodependencia o dependencia de sustancias. El segundo factor que confluye en este trabajo junto con el género es el consumo abusivo de drogas, dicho de otra manera, drogodependencia/drogadicción.

Para comenzar, se presta de gran importancia entender que el concepto droga hace referencia en la terminología médica a las diversas sustancias con capacidad para mejorar o potenciar la salud de una persona, lo que comúnmente se conoce como drogas legales ya que se obtienen de forma libre o tras prescripción facultativa. Por ende, a lo largo del trabajo se podrá observar cómo se incluyen como drogas los psicofármacos, sustancia con gran carga de consumo en mujeres. A este apartado de drogas legales, habría que añadir otras sustancias que se consumen por sus efectos psicoactivos, tales como: tabaco o alcohol.

En cuanto al término de drogas ilegales, tomando como referencia la descripción realizada por la Organización Mundial de la Salud (2008) se define como aquellas sustancias psicoactivas cuya producción, venta o consumo están totalmente prohibidas dentro de una jurisdicción concreta. Las distintas sustancias que pueden integrarse en este apartado son de manera mayoritaria en nuestro país: cannabis, cocaína, éxtasis, anfetaminas, alucinógenos, ketamina y de forma cada vez más reducida, heroína.

La drogadicción es un trastorno crónico y recurrente de consumo en el que se observa una conducta compulsiva de búsqueda y consumo de drogas que persiste en el tiempo a pesar de las graves consecuencias (Jordi Camí, John Mcgeary y Robert Swift, 2003). Pese a que la Organización Mundial de la Salud y la Asociación Americana de Psicología a través del DSM-IV utilizan únicamente el término de dependencia a una sustancia, es importante tener presente el concepto de drogadicción ya que tiene una fuerte connotación conductual y permite evitar confusiones con el término de dependencia física.

1.2. Construcción histórica del consumo

Para comprender el consumo en mujeres consideramos necesario hacer una contextualización de la situación histórica. Actualmente se dispone de escasos documentos que recojan la situación de consumo que han vivido las mujeres españolas a lo largo del recorrido histórico. A finales del siglo XIX en Estados Unidos es donde se describe el inicio de la mayoría de las consumidoras de fármacos como mujeres, todas ellas con una gran cantidad de dolencias. Apoyados en el estereotipo de la menor tolerancia de las mujeres al dolor frente al varón, se le recetaba una gran cantidad de fármacos. Por este motivo, grandes cantidades de cocaína, opiáceos y cannabis era recetados para “problemas de mujeres”.

Trasladando la problemática a nuestro país, no es hasta las primeras décadas del siglo XX donde se comienza a documentar el uso de cocaína asociado a la prostitución, automedicación de opiáceos y el uso de morfina en las mujeres de clases altas. (Juan Carlos Usó, 1994).

En cambio, es a mediados de la década de los años setenta cuando cambian las pautas de consumo, se traslada del consumo terapéutico al uso recreativo y lúdico de las sustancias psicoactivas. Además, cambia el tipo de sustancia consumida, la cual en principio comenzaría siendo la heroína, alternando algunas décadas con una mayor prevalencia de otras drogas ilegales como la cocaína o las anfetaminas. Por último, no se puede obviar la escalada continuada del consumo de cannabis en las últimas décadas, colocándose en el primer puesto en prevalencias de consumo. Son en este tipo de drogas ilegales donde la representación femenina es significativamente inferior a la de los varones, en cambio, son ellas a las que junto al consumo se le asocian una estigmatización social (Carmen Meneses, 2006).

En las últimas dos décadas del siglo XX, en el momento álgido del consumo recreativo de sustancias, es cuando se comienza a implantar una serie de políticas institucionales y juicios personales condenatorios y con una gran carga estigmatizadora hacia las mujeres consumidoras. Esto se produce según Nuria Romo (2005) a que a principios de los años noventa comienzan a llevarse a cabo una gran cantidad de campañas publicitarias que exponen las consecuencias más dañinas de las dos sustancias más consumidas en la época, de las cuales las mujeres son escasamente consumidoras. En cambio, estas campañas ayudaron a potenciar la idea de las mujeres consumidoras como malas madres. Es en esta década en la que surge en Estados Unidos (gran influyente para el resto del mundo en políticas antidroga) alarma social derivada de dos aspectos principales de las cuales las mujeres serían protagonistas: el daño fetal de las consumidoras de crack y la transmisión de madres a su descendencia del VIH por parte de usuarias de drogas. Esto ayudó gravemente a llevar a cabo un proceso de demonización de las madres consumidoras y generando un mayor estigma sobre las mujeres.

Todo el recorrido histórico del consumo de sustancias psicoactivas en mujeres expuesto en párrafos anteriores constituye la base de la realidad actual de consumo. Pese a que las tendencias hayan ido cambiando a lo largo de los últimos años disminuyendo poco a poco las diferencias entre mujeres y hombres, las prevalencias de consumo de drogas en mujeres siguen significativamente más bajas. En cambio, las diversas noticias ya mencionadas relativas a las *negligencias* de las madres consumidoras, apoyado en los estereotipos y roles de género, han creado una doble estigmatización: por el consumo de drogas ilegales y por alejarse de los roles tradicionales (Nuria Romo, 2010).

1.3. Perspectiva de género en estudios sobre drogas

No es un descubrimiento de los últimos años la necesidad de aplicar una perspectiva de género en los estudios e intervenciones con drogodependientes. En 2005 Naciones Unidas destacaba en un informe la dramática situación de las mujeres consumidoras alrededor del mundo. Esto es debido a que se sabe mucho menos de las pautas y prevalencia real de consumo de sustancias psicoactivas en mujeres que en varones. Por lo tanto, no es difícil deducir que la capacidad actual para detectar las necesidades específicas en las mujeres es reducida. Son los estigmas y tabúes sociales de cada una de las culturas las que en muchos casos impiden que las propias mujeres o familiares reconozcan la problemática.

La implantación de la perspectiva de género debe tener un impacto importante en dar visibilidad a las mujeres consumidoras y un aporte significativo para que los tratamientos sean más efectivos. La inclusión del género aporta una visión más amplia de las drogodependencias y pone en relieve la necesidad encarecida de redefinir las políticas de drogas, ayudando a mostrar de manera más clarificadora los distintos aspectos diferenciales que marcan la conducta de consumo de las mujeres (efectos, consecuencias, motivaciones...).

Ya en España, surge en las últimas décadas un interés institucional por exponer la necesidad de la aplicación de la perspectiva de género en los estudios y las diversas políticas implantadas sobre drogodependencias. Esto se puede observar en los últimos informes expuestos por el Instituto de la Mujer del Ministerio de Igualdad y Asuntos Sociales y a través del Plan Nacional sobre Drogas.

1.4. Gestión y aplicación de políticas sobre drogas

Para empezar con este apartado cabe preguntarse si existe voluntad institucional para aplicar la perspectiva de género en las políticas sobre drogas. Pues bien, desde 1995 a través de la Conferencia Mundial sobre Mujeres de las Naciones Unidas, se asume de manera explícita la necesidad de aplicar el mainstreaming de género (transversalidad es el concepto usado en español) como estrategia para alcanzar la igualdad en la aplicación de las distintas políticas.

Aránzazu Fernández (2012) define el mainstreaming como el instrumento con el que de forma internacional se pretende alcanzar la igualdad a través de la aplicación del principio de transversalidad de género en todas las fases del proceso de las políticas públicas. Para conseguir esto, se debe integrar en la generación de nuevas políticas los intereses y necesidades tanto de hombres como de mujeres en las diversas iniciativas planteadas y evaluar los aspectos pertinentes a través de los principios de la perspectiva de género.

La política estatal sobre drogas en España se puede conocer mediante el documento de Estrategia Nacional y Plan de Acción sobre Drogas, cuya vigencia se corresponde entre los años 2017-2024. La finalidad de este apartado es conocer en qué medida están teniendo en cuenta las políticas sobre drogas los principios de perspectiva de género, así que es importante llevar a cabo un pequeño análisis de estos documentos.

Al analizar los apartados de ambos textos, se puede observar como ya desde la presentación e introducción de la Estrategia Nacional se hace mención una voluntad explícita de aplicar la perspectiva de género en las políticas propuestas.

Apuesta decididamente por un abordaje de salud pública que incluye a todas las drogas, tanto las de comercio legal como las de tráfico ilícito, por la inclusión de la perspectiva de género, por un planteamiento integral de todas las intervenciones –sin perjuicio del énfasis en la prevención, que tiene que ser privilegiada en el área de la reducción de la demanda– en todos los ámbitos, y por el llamamiento a la implicación de toda la sociedad para que tome parte activa en la respuesta al fenómeno de las drogas.

Por otro lado, es de resaltar que en el documento de Estrategia Nacional plantean como uno de sus principios rectores también la necesidad de aplicar de manera efectiva la perspectiva de género.

En conclusión, parece haber cierta intención de aplicar el mainstreaming en las políticas sobre drogas a nivel estatal. María Aránzazu Fernández (2012) apunta, no obstante que nos podemos encontrar el riesgo de que finalmente quede en manos de los y las profesionales de la intervención la intención de transversalizar o no el género en sus acciones diarias, no pudiéndose clarificar y evaluar los objetivos del mainstreaming correctamente. Queda por ver entonces en qué medida se consigue operativizar las buenas intenciones que se observan en la redacción de la Estrategia Nacional sobre Drogas en la realidad social.

2. Teorías que sustentan un análisis diferencial

Antes de comenzar con el análisis propiamente dicho del consumo de drogas en mujeres, es importante comentar que existen diversas teorías que cuya aplicación sobre la problemática del consumo de sustancias psicoactivas permite sustentar un análisis diferencial. En este caso se hará referencia a dos teorías comúnmente aceptadas, seleccionadas debido al carácter comprensivo y multifactorial que aplican en la evaluación de la realidad social.

Por un lado, Jessor y Jessor (1977) exponen la Teoría de Conducta Problema, que posteriormente mejorarían añadiéndole un carácter más integrador. Con ellos crean la Teoría para la Conducta de Riesgo en Adolescentes. Estas teorías han generado grandes aportes en el estudio de las drogodependencias, sobre todo, dando pie al estudio de factores de riesgo y protectores.

Jessor y Jessor pretenden realizar una contextualización de las conductas problemáticas emitidas por la persona, sustentándose en la interacción que mantiene el sujeto con el contexto, aspecto que consideran imprescindible para explicar cualquier conducta. Para estos autores, la conducta sería aprendida mediante el proceso de modelo y reforzamiento y siendo influenciada a su vez por otros factores como creencias, actitudes y cogniciones (Ana García-Mina y M^a José Carrasco, 2006).

Concretamente estos autores proponen como factores influyentes en la conducta de riesgo emitida los componentes: biológico, medio social, medio percibido, personalidad y el conductual. Con esto, Jessor y Jessor integran una gran cantidad de factores susceptibles de análisis para comprender lo mejor posible el complejo problema del consumo de drogas. Si además se tiene en cuenta el género, emergen inmediatamente las diferencias existentes entre mujeres y hombres en diversos factores mencionados.

Sería muy reduccionista considerar que las principales diferencias se encuentran a nivel biológico/orgánico. El sistema educacional, social y cultural mediante la construcción simbólica de cómo deben relacionarse, actuar, sentir o desarrollarse mujeres y hombres ha generado marcadas diferencias en algunos de los factores estudiados por Jessor y Jessor tales como: medio social percibido, personalidad, etc. Tener en cuenta los diversos aspectos en el análisis de las diferencias es vital para evaluar la problemática correctamente.

Por otro lado, el Modelo Ecológico de Urie Bronfenbrenner (1979) aporta una comprensión global del desarrollo de la problemática en cuestión mediante la evaluación del contexto en el que se desarrolla. Para ello, el autor sustenta su propuesta en una división del ecosistema en cuatro estratos. El Microsistema hace referencia al entorno más cercano del individuo, haciendo énfasis en las relaciones cotidianas que mantiene. El segundo estrato llamado Mesosistema está compuesto de las conexiones establecidas entre los distintos microsistemas en los que se encuentra el mismo (clubes deportivos, asociaciones, colegios...). En este apartado, hay que comentar que el grado de conexión entre los microsistemas marcará el potencial del mesosistema para influir en el desarrollo de la persona. Esto significa, por ejemplo, que en la medida que las relaciones establecidas por un individuo mantengan un vínculo conector con el consumo de drogas, mayor será la influencia que tendrá en la conducta del sujeto. En tercer lugar se plantea el Exosistema como aquellos aspectos que influyen en el desarrollo de la persona, pero de los cuales no participa directamente. Con esto se hace referencia al sistema educacional, centros sanitarios, medios de comunicación, instituciones estatales y sus correspondientes políticas sobre drogas, etc. No cabe duda del gran impacto que puede tener este estrato si en las decisiones tomadas por las instituciones no se aplica adecuadamente la perspectiva de género. Para finalizar, el Macrosistema se corresponde a las formas de organización social, sistema de creencias o ideologías que componen la cultura. En este apartado, la mujer sale tradicionalmente desfavorecida debido, entre otras cosas, a la existencia de roles y estereotipos sociales,

distribución desigual de los puestos de poder... que, como veremos en a lo largo del documento, influyen de forma importante en el consumo de sustancias psicoactivas por parte de las mujeres. Con esto, la fórmula para intervenir sobre los problemas surgidos en el desarrollo de una persona, entre ellos las conductas adictivas hay que tener en cuenta las interacciones establecidas entre el individuo y el ecosistema que le rodea. “Hay que ver la experiencia individual como un conjunto de estructuras insertas las unas en las otras, como un juego de muñecas rusas” (Ana García-Mina y M^a José Carrasco, 2006, p.61).

Teniendo en cuenta que históricamente el gran volumen de los estudios en drogodependencias ha sido vertido sobre los hombres, el análisis de ambas teorías justifica la necesidad de estudiar y exponer los componentes diferenciales de las mujeres consumidoras frente a los varones. Integrar ambas teorías generando un esquema mental de aquellos aspectos e interacciones que influyen en la problemática en cuestión, puede ayudar a comprender la naturaleza de la drogodependencia de una forma integrada, no centrándonos en los más que estudiados factores y consecuencias biológicas/orgánicas.

3. Aspectos diferenciales de género en el consumo de drogas

Como ya se ha comentado a lo largo del documento, el análisis presente busca poner en relieve las características diferenciales de las mujeres consumidoras a través del concepto feminista de género. Autoras como Nuria Romo (2010) apuntan la necesidad de aplicar dicha visión en los estudios sobre drogodependencias teniendo en cuenta que esto permite desplegar una mirada crítica sobre la vulnerabilidad en la que se encuentran las mujeres frente al uso de sustancias psicoactivas. En parte, se basa en aplicar una evaluación crítica y profunda sobre las necesidades y problemas específicos de las mujeres, destapando así los posibles sesgos de género existentes en las políticas sobre drogas.

Sin embargo, no es sencillo aplicar la perspectiva de género en el consumo de drogas, dificultado por la complejidad propia del concepto de género y la gran cantidad de factores que intervienen en el consumo. María Luisa Jiménez y Raquel Guzmán (2012) refieren que es precisamente esta naturaleza multifactorial la que obliga a ampliar el carácter analítico yendo incluso más allá del género, teniendo en cuenta la interacción del mismo con otros ejes de desigualdad.

En los años setenta es cuando se acepta la distinción entre el género y el sexo, denunciando de esta manera la naturalización de las mujeres “como un mecanismo básico en su subordinación social” (María Luisa Esteban, 1999, p.23). La introducción del género en las investigaciones supone por lo tanto un principio para abolir el determinismo biológico, tradicionalmente expandido en las metodologías científicas, consiguiendo así potenciar la visibilidad de la dimensión social de las diferencias y desigualdades (Nuria Romo y Eugenia Gil, 2006).

Teniendo en cuenta lo anterior, y el histórico carácter androcéntrico y sexista de las investigaciones sobre drogas, Nuria Romo (2005) expone el peligro real de seguir potenciando la invisibilidad si no se lleva a cabo una actualización de las metodologías de estudio. Aun se observa incluso, en las políticas sobre drogas expuestas en el presente documento, Plan de Acción sobre Drogas y Estrategia Nacional sobre Drogas, como los métodos usados no buscan, al menos de forma explícita, indagar en las motivaciones que llevan a las mujeres a consumir un tipo de sustancias u otros, quedándose en la superficialidad de una diferenciación por sexo.

Por ende, en el presente bloque se pretende explorar sobre los diferentes agentes que pueden estar influyendo de forma específica en la drogodependencia en mujeres. Con esto se busca clarificar en la medida de lo posible la magnitud de las diferencias y la medida en la que estas pueden marcar o no la historia de consumo femenino.

3.1. Diferencias a través del género

En la búsqueda de presentar una visión analítica, general y estructurada del consumo de drogas aplicando la perspectiva de género, Sandra Harding (1996) plantea un modelo teórico para comprender y desgranar los efectos de la vida social en diversos ámbitos. Para ello propone una triada conceptual mediante la cual estructuraremos este apartado: individual, estructural y simbólica. Esto permite integrar de forma esquemática las dimensiones centrales, propuestas por la autora, sobre las que opera el género.

- Dimensión Simbólica.

Este nivel comprende la influencia que ejercen los modelos normativos de feminidad y masculinidad transmitidos en el desarrollo de las interacciones humanas. Estos conceptos se hacen visible mediante los roles y estereotipos de género, potenciando así las diferencias entre ambos sexos.

La fuerte influencia que ejercen los modelos normativos antes mencionados sobre el consumo de drogas se ve reflejado en el poder de modulación que ejercen los mismos sobre la conducta humana. De esta forma se realiza una delimitación de lo social y culturalmente adecuado o inadecuado tanto para hombres como para mujeres. Un ejemplo claro de esto es lo expuesto por Nuria Romo y Sandra Gil (2006), planteando la influencia que han tenido los modelos sociales en la tipología y pautas de consumo de las mujeres, concretamente en el efecto obstaculizador que han efectuado los roles y estereotipos sexistas sobre el consumo de las mismas.

Esto genera que el consumo femenino atienda a los propios problemas y necesidades que surgen en las mujeres. Uno de los aspectos más relevantes en este caso es el consumo mayoritario de psicofármacos en el sexo femenino. Debido a factores culturales las mujeres suelen estar más predispuestas a consultar sobre sus malestares depresivos o ansiosos, lo cual podría ser una forma de responder al estrés producido por las expectativas sociales vertidas sobre las mujeres (Nuria Romo y Sandra Gil, 2006). Este es uno de los principios que contribuyen a la invisibilidad del consumo femenino debido a que la influencia de los roles y estereotipos tradicionales, desvían el consumo mayoritario de las mujeres a drogas legales como el tabaco, alcohol o psicofármacos. Esto suele quedar lejos de generar alarma social, diluyendo la visibilidad de la problemática en cuestión.

Por otro lado, haciendo referencia al consumo de drogas ilegales, Ingrid Waldron en 1991 (citado en María Luisa Jiménez y Raquel Guzmán, 2012) sugería que los roles de género masculino actúan como potenciadores del consumo mientras que los roles femeninos han protegido a la mujer del consumo de sustancias ilegales, con prevalencias históricamente hegemónicas por parte de los varones. Por su parte, los marcados roles tradicionales de la mujer como cuidadora y con capacidad de autocontrol, frente a la estereotipada impulsividad masculina, han podido ejercer el mencionado efecto protector. Ahora bien, podría caber la duda de si se ha generado un efecto de freno que ha evitado el consumo de este tipo de drogas en mujeres o simplemente los tabúes y la estigmatización derivada de los roles femeninos en relación con el consumo han generado un decremento en la exposición pública de la adicción femenina (Ana García-Mina y M^a José Carrasco, 2006). De hecho, si tenemos en cuenta las estadísticas expuestas en los últimos años, las prevalencias de consumo de drogas ilegales entre la población joven en ambos sexos se han ido acercando de forma exponencial, reflejando quizás el impacto del progresivo cambio en los roles tradicionales, acercando a las conductas de riesgo de las chicas al de los varones. En 2020 el consumo de alcohol casi se iguala entre hombres y mujeres (Observatorio Nacional sobre Drogas y Toxicomanías, 2020).

Sin embargo, los modelos normativos que definen los conceptos de feminidad y masculinidad son dinámicos, surgiendo así una notable transformación de los roles y estereotipos femeninos a lo largo de los años. Estos cambios en los modelos de feminidad han permitido que las mujeres

adopten diversas características tradicionalmente aceptadas como masculinas, sumergiéndose de esta manera en espacios que anteriormente eran ocupados por los varones. Esto hace referencia desde la integración masiva al mundo laboral a partir de mitad de siglo XX hasta la incorporación a diversos ámbitos de ocio, derivados lógicamente por los cambios en las concepciones de feminidad. Por contraposición, esta modernización de los roles ha generado que las mujeres tengan mayores oportunidades de acceso al uso de sustancias psicoactivas, lo cual implica nuevas desigualdades de género y de salud (M^a Luisa Jiménez y Raquel Guzmán, 2012). Esto es debido entre otras al desvío de la atención hacia la población de consumo mayoritario varones y por ende las respectivas deficiencias en investigaciones y tratamiento que tengan en cuenta las especificidades de género.

Por último, uno de los aspectos centrales del consumo de drogas es su naturaleza criminalizante marcando de forma estigmatizada y sancionadora a aquel o aquella que las consume. La gran variabilidad de sustancias psicoactivas y sus usos, genera una abundante diversidad de connotaciones legales y devaluaciones sociales que inciden de forma directa en los estigmas vertidos sobre mujeres y hombres. Ahora bien, los estereotipos y roles tradicionales y sexistas unidos al consumo de drogas fomentan la creación de una imagen demonizada de la mujer drogodependiente, siendo así doblemente estigmatizada: por confrontar la concepción clásica de feminidad y por su relación con la ilegalidad (Nuria Romo, 2005).

- Dimensión Estructural.

En este nivel de análisis la autora hace referencia a todos aquellos aspectos de la realidad social que surgen como consecuencia de las relaciones sociales entre mujeres y hombres (Sandra Harding, 1996). Al igual que Bonfenbrenner en su modelo Ecológico hace alusión a la importancia de la interacción existente entre los sistemas que componen su teoría, debemos tener en cuenta que en el modelo de análisis de Sandra Harding no podríamos entender una dimensión sin la influencia que las otras dos ejercen sobre ella. Por lo tanto, las ideologías sociales y culturales mencionadas en la dimensión simbólica ejercen su influencia en las relaciones sociales entre hombres y mujeres generando diversos sistemas de organización social que condicionan diversos aspectos de la vida de mujeres y hombres concibiendo desigualdades en la distribución económicas, de poder, tiempo o limitaciones en espacio e información.

Las sustancias psicoactivas, para su uso requiere de unos espacios y recursos que a su vez están delimitados en su acceso por la distribución desigual del poder. La histórica construcción de la sociedad actual ha generado un poder diferencial en los cimientos de la identidad masculina, disfrutando así de situaciones de privilegios frente a las mujeres. En cambio, en las últimas décadas se han comenzado a romper las barreras de lo que se consideraba espacios o ámbitos femeninos. Cabe mencionar que los principales caballos de batalla con los que se ha intentado combatir las desigualdades de género se sustentan en una búsqueda de la integración de la mujer en los ámbitos laborales, académicos, político, etc... Sin embargo, estos espacios, considerados de valor, prestigio, decisión y poder siguen siendo notablemente ocupados por los varones pese a la dinámica de cambio existente.

Según lo mencionado, las mujeres debido a la distribución desigual de poder, tienen una mayor dificultad de acceso al consumo de drogas. En cambio, existe la curiosa paradoja de que pese a un notable menor consumo por parte de las mujeres en la mayoría de las drogas existentes, presentan un índice de consecuencias sufridas desproporcionadamente superior a la de los varones si tenemos en cuenta el nivel de consumo (María Elena Medina-Mora y Estela Rojas, 2003). Para explicar esto sería un error ceñirse únicamente a explicaciones derivadas de una presumida vulnerabilidad biológica a las sustancias psicoactivas, la causa está más cercana a una interacción entre los efectos biológicos, sociales y culturales, que potencian sus efectos en el consumo femenino.

Como se ha comentado, la menor disponibilidad económica en mujeres supone uno de los principios obstaculizadores de acceso al consumo de drogas, sobre todo en el caso de las ilegales.

Sin embargo, debido a la sociedad capitalista que impera actualmente en combinación con la distribución androcéntrica de los recursos ha generado que surjan en las mujeres otras series de mecanismos que en ocasiones sirven para subvencionar el consumo de sustancias psicoactivas. De hecho, las mujeres recurren en mayor medida al uso de la prostitución como medio de acceso a los recursos económicos lo que supone en la mayoría de los casos un aumento de la cantidad consumida de sustancias psicoactivas (Carmen Meneses, 2007). Según un estudio, el 60% de los casos de prostitución femenina está relacionada con el uso de la misma como medio de financiación de la toxicomanía, teniendo de esta manera una rápida caída hacia la marginalidad y vulnerabilidad social (Juan del Pozo, 2005). Estos no son los casos más frecuentes, pero si es necesario tener en cuenta dicha circunstancia debido al efecto potenciador que puede ejercer en el consumo de las mujeres, además de las repercusiones que puede ocasionar para la misma en su salud física, social y psicológica, aspectos a tener en cuenta en los tratamientos. Asimismo, el propio consumo mientras se ejerce la prostitución, deja desprotegida a la mujer ante posibles eventos violentos (Carmen Meneses, 2010).

Por otro lado, autores señalan el cambio del perfil de la mujer consumidora como reflejo de los cambios sociales y estructurales acaecidos. El consumo femenino se está trasladando en los últimos años, sobre todo en la población joven, al espacio de ocio, ambientes normalizados y que se alejan de la marginalidad de antaño relacionada con el consumo de heroína y prostitución, siendo en muchos casos mujeres con nivel medio-alto de estudios, solteras y sin hijos/as (Nuria Romo, 2012). En un reciente estudio de Gloria Álvarez-Bernardo, Nuria Romo-Avilés y Juan López-Morales (2022), comprobamos como la influencia y presión del grupo de pares es una variable significativa para comprender los patrones de consumo de alcohol en la adolescencia, tanto para las jóvenes como para los jóvenes entrevistados.

Otro de los aspectos relevantes a nivel estructural es el concerniente a la convivencia de las mujeres con sus parejas y su influencia en el inicio del consumo. Esto también emana de la estructura patriarcal de la situación actual, en la que el principal rol femenino se basa en su relación de pareja y maternidad, limitada tradicional y culturalmente al servilismo y cuidado, y es que según Eichenbaum y Orbach (1989) “las mujeres están ligadas a un pacto cruel y desigual. Son educadas para satisfacer las necesidades afectivas de los demás, para responder emocionalmente a sus hijos e hijas, maridos, compañeros de trabajo, etc...”(citado en Elisabete Arostegi y Aurora Urbano, 2004, p.43). Mercedes Palop (2007) apunta que algunas mujeres comienzan su consumo a través de una pareja toxicómana, estableciendo una relación afectiva con el objetivo de sentirse más unida a él, compartir experiencias o como muestra de que posteriormente se podrá salir de la adicción. De hecho, en un estudio realizado por Menéndez en 2001, entre el 60-63% de las mujeres drogodependientes conviven con una persona toxicómana, en contra en los hombres predomina la convivencia con parejas sin adicciones. Esto implica además que en la mayoría de los casos los roles tradicionales se inviertan siendo la mujer la que genera el sustento económico de la pareja (Lina Menéndez, 2001), aportando en ocasiones los recursos necesarios para subvencionar la adicción del varón, creando una situación de mayor desigualdad para la mujer y potenciando la imagen de subordinación de la mujer frente al hombre.

Otro componente complejo de esta subordinación femenina construida socialmente y que surge en la relación entre hombres y mujeres es el maltrato doméstico. Es difícil definir el maltrato como una variable causal del consumo o una consecuencia del mismo, pero existen diversos estudios sobre ello y en ambos textos nos encontramos confirmaciones. Por un lado, existe una mayor predisposición por parte de las mujeres a sufrir situaciones graves de maltrato cuando han existido consumos previos de sustancias psicoactivas (Pedro Amor, Isaura Bohórquez, Paz de Corral y Juan Carlos Oria, 2012), por ende, las adicciones, genera mayor vulnerabilidad en las víctimas. En el otro eje, el maltrato es un potenciador o facilitador de la adicción femenina, aumentando en la mayoría de las ocasiones conductas autodestructivas como el consumo abusivo de sustancias psicoactivas (Laurance Chait y Zulaica, 2005), de hecho, Bielsa Carrillo y Julia Herranz (2001) en diversos estudios señalan que un 10% de las mujeres maltratadas abusan de alguna sustancia (citado en Mónica Castaños, 2007). Por lo tanto, además existiría una mayor

predisposición a ser diagnosticadas de patologías depresivas o ansiosas que potencia en las mujeres en consumo de psicofármacos, empezando en ocasiones a ser drogodependientes de sedantes, tranquilizantes, estimulantes o analgésicos.

Como se puede observar, el consumo de sustancias psicoactivas se encuentra supeditado a las estructuras relacionales y de poder que constituyen una sociedad y a las ideologías, y creencias que las sustentan. Por lo tanto, su análisis es complejo y multidimensional.

- Dimensión Individual

A nivel individual el género se construye socialmente dando forma a la identidad propia de la persona en interacción con la realidad (Sandra Harding, 1996). En definitiva, el modo en que mujeres y hombres erigen su identidad de género en su vida diaria sustentado por la interacción que mantienen con el contexto mediante sus comportamientos, prácticas, gestión y manifestación de las emociones (María Luisa Jiménez y Raquel Guzmán, 2012). Por lo tanto, se considera sustancial en esta dimensión prestar especial atención asimismo al sentido de usabilidad que le dan las mujeres al consumo de sustancia psicoactivas.

En muchas ocasiones a lo largo de la historia, los aspectos mencionados en esta dimensión han sido obviados en los estudios, sobre todo en los planteamientos biomédicos y reduccionistas marcados normalmente por el carácter androcéntrico de la problemática en cuestión. En contraste, sobre todo en las últimas dos décadas, surgen estudios a nivel cualitativo sobre el uso de drogas que ayudan a destapar las motivaciones de uso de drogas y, por lo tanto, los sentidos prácticos que estas tienen (Josefa Gómez, 2004; Carmen Meneses, 2006; Blanca Navarro, 2007).

El Instituto de la Mujer (2008) en un completo estudio sobre los aspectos diferenciales del consumo de drogas en mujeres, hace una serie de aportaciones más que interesantes que ayuda a entrever las motivaciones de las mujeres en el consumo de sustancias psicoactivas. Uno de los datos más significativos es que el 58% de las mujeres resignifica el uso de las drogas como un método para escapar de los problemas emocionales o personales, el aburrimiento o como una búsqueda exacerbada de nuevas experiencias en las más jóvenes, sobre todo, introduciéndose así en un universo normativamente masculino. En otro nivel más bajo de motivaciones se establecen como un método para escapar de los problemas familiares o como técnica de sociabilización en búsqueda de la aceptación grupal, siendo estas razones expuestas por un 18% de las mujeres. Por último, destaca con un 12.5% la búsqueda de transgredir las normas sociales preestablecidas o la instrumentalización del consumo en busca de una mejoría de rendimiento en diversas áreas. Otros autores y autoras destacan también un uso de las drogas como medio de enfrentarse a la desestructuración social sufrida, la soledad o como método de supervivencia al maltrato y abusos (Antoni Llor, Sara Ferrando, Tre Borrás e Inmaculada Purroy, 2013). Esto, se ve reflejado a su vez en las conductas que llevan a cabo las mujeres drogodependientes, siendo estas frecuentemente más solitarias, con consumos privados y en la mayoría de las ocasiones de forma muy turbulenta (Pilar Blanco, Carlos Sirvent y Leandro Palacios, 2005).

Por lo tanto, las diferencias en los motivos de consumo vienen condicionados, por un lado, por el rol subordinado que vive la mujer frente al hombre y el desarrollo hipertrofiado del rol de ama de casa, lo cual se empeora cuando la mujer cumple dicho rol y además trabaja fuera. En contraposición con lo mencionado, el otro componente condicionante de los motivos de consumo desde una perspectiva social es la emancipación de la mujer, que, en ocasiones, en búsqueda de mantener la competitividad en un mundo diseñado alrededor de la figura masculina, incrementa el consumo de sustancias psicoactivas entre otras cosas debido al estrés generado por la organización social expuesta.

4. Implicaciones en el tratamiento: Intervención terapéutica y género

En este apartado vamos a reflejar la situación que viven las mujeres en el inicio y mantenimiento de un tratamiento de drogodependencia. Para ello, es totalmente necesario tener presente lo expuesto anteriormente, de esta forma tener una concepción integradora de esta problemática en las mujeres, que no es específica de ellas, pero sí que tiene un impacto diferencial y agravado sobre sus vidas.

4.1. Obstáculos en el tratamiento de mujeres drogodependientes

Según el Observatorio Nacional sobre Drogas y Toxicomanías aproximadamente una de cada cuatro personas que acceden a tratamiento contra drogodependencias son mujeres. Estos datos están claramente influenciados por las prevalencias de consumo existentes en uno y otro sexo, siendo como ya se ha comentado, en la mayoría de sustancias inferior en las mujeres. En cambio, queda por romper grandes barreras que se sitúan entre los diversos servicios asistenciales y la mujer drogodependiente.

4.1.1 Barreras estructurales

Los obstáculos empiezan a plantearse desde las iniciativas institucionales. Como ya se ha comentado a lo largo del documento las propuestas españolas en política de drogodependencias expuestas a través del Plan de Acción Nacional sobre Drogas y el dossier de Estrategia Nacional (2017-2024) intentan trasladar al colectivo profesional la necesidad de aplicar una perspectiva de género en sus acciones. En cambio, la idea parece no centrarse en propuestas concretas que regulen y evalúen la acción profesional.

Asimismo, la falta de ánimo a nivel institucional de formar y sensibilizar a profesionales y población general con políticas específicas sobre la necesidad de aplicar la perspectiva de género en las diversas problemáticas genera un desconocimiento que puede influir directamente en las vidas de las mujeres drogodependientes. Regularizar el conocimiento sobre los aspectos diferenciales que componen la adicción femenina favorecería notablemente que las labores terapéuticas se adecúen a las circunstancias particulares de las usuarias, teniendo en cuenta no solo las variables orgánicas/biológicas sino las especificidades generadas por los modelos culturales que construyen las ideas sociales sobre feminidad.

Por último, las propias estadísticas destinadas a conocer las distintas prevalencias de consumo según el sexo pueden ayudar a relativizar el problema en cuestión. Cuando se observan los datos expuestos sin una mirada crítica y bajo desconocimiento, se puede valorar como insignificante el consumo de drogas en mujeres ateniéndose simplemente a las cifras. El efecto invisible que esto produce retrasa la adaptación de los programas terapéuticos a las necesidades específicas de las mujeres y construye un sistema de atención en base a los modelos masculinos (María Aránzazu Fernández y Rosa Pérez, 2010).

4.1.2 Barreras del tratamiento.

Cuando las mujeres se adentran en un proceso terapéutico, encuentran diversas dificultades en el inicio y mantenimiento del mismo derivadas de las características de las propuestas terapéuticas y de los propios profesionales.

Para empezar, en el diagnóstico y reconocimiento de los problemas de adicción las mujeres sufren más probabilidades de que los problemas de salud mental oculten la problemática de consumo. Debido a la poca disponibilidad de tiempo en los servicios de atención primaria, los y las profesionales de la misma puede llegar a sobreexponer a las mujeres a la prescripción de

psicofármacos, no detectando los mencionados problemas de drogodependencia (Iñaki Markez, Mónica Póo, Nuria Romo, et al., 2004).

Por otro lado, la baja presencia de mujeres en los centros de tratamiento puede potenciar la aparición de estereotipos en el colectivo profesional, producidos por la generalización de las características percibidas en las mujeres atendidas. Estas generalizaciones pueden influir en las actitudes y acciones de los terapeutas a lo largo del proceso (Carmen Meneses, 2007).

Elisabete Arostegi y Aurora Urbano (2004) señalan mediante su estudio que los y las terapeutas suelen tener la idea preconcebida de que la intervención psicoterapéutica con mujeres drogodependientes presenta mayores dificultades. Esto podría suponer una proyección de expectativas sobre las posibilidades de éxito de las usuarias, lo cual puede tener involuntariamente repercusiones sobre aplicación del tratamiento en el colectivo femenino.

Otra de las características del equipo terapéutico que puede dificultar la intervención con mujeres drogodependientes es el sexo del profesional. Las mujeres al sufrir en mayor proporción dependencia relacional, corren el riesgo de que los terapeutas no gestionen de manera adecuada la distancia emocional en la interacción. Asimismo, el historial de relaciones tóxicas que hayan mantenido las usuarias con el género masculino puede producir posiciones dicotómicas en la mujer drogodependiente frente al terapeuta varón. Las reacciones de las usuarias pueden ir desde la rebeldía hasta la sumisión, provocando interacciones de lucha manifiesta o sobreprotección por parte del profesional (Pilar Blanco, et al., 2005). Por lo tanto, el sexo del terapeuta es una variable que puede influenciar en el éxito de la terapia. Destacar que esto no significa que las mujeres drogodependientes solo puedan participar en grupos guiados por una figura femenina, sino que es un aspecto a tener en cuenta en las terapias para evitar en la medida de lo posible la influencia de dicha variable.

Por otro lado, Aurora Urbano (2006) en un análisis cuantitativo del uso de herramientas educativo-terapéuticas por parte de los usuarios dentro del grupo, encontró que existen diferencias de género en este aspecto. Parece ser que las mujeres son más observadas y, señaladas por los hombres y por ellas mismas en sus transgresiones de las normas del centro terapéutico. Es decir, las mujeres se enfrentan dentro de los grupos terapéuticos a mayores exigencias en el cumplimiento del proceso, lo cual podría generar excesivas presiones o frustraciones que deriven en un consumo o abandono de la terapia.

Por último, mencionar las dificultades inherentes a la coordinación de los diversos recursos asistenciales a los que quizás acuda la mujer drogodependiente, derivado de su posible historia de maltrato, situación familiar, necesidad de cuidar de los menores o por la propia maternidad. Esto además va ligado a la falta de horarios flexibles de los servicios de atención a drogodependientes. (ONU, 2005)

4.1.3 Barreras personales

Las propias características diferenciales del consumo abusivo de sustancias psicoactivas en mujeres ejercen un papel limitante en los procesos terapéuticos, mayormente contruados alrededor de la adicción masculina.

Ya se ha mencionado a lo largo del documento que una alta proporción de mujeres usuarias de drogas conviven con pareja e hijos e hijas, o solamente con estos últimos. En este aspecto Carmen Meneses (2007) expone que las mujeres perciben que los tratamientos no atienden a sus necesidades. Una de las causas principales puede ser según Connors, Grant, Crone y Whiteside-Mansell (citado en Rosario Ruiz-Olivares y Mina Chulkova, 2016) por la falta de servicios de guardería o cuidado de los infantes. Estos autores encontraron mejoras significativas en programas que poseían dichos recursos. Si tenemos en cuenta que estos servicios actualmente no se encuentran presentes en las mayorías de los tratamientos, al menos gratuitos o subvencionados,

es comprensible que las mujeres se vean en una condición de desigualdad debido a su situación específica.

Otro aspecto determinante es la historia de abusos que han sufrido mayoritariamente las mujeres drogodependientes frente a los varones (Pedro Amor, et al., 2012 y Mercedes Palop, 2007). Al construirse los tratamientos entorno a la figura masculina, este es un aspecto que generalmente no se aborda en las intervenciones, dejando sin tratar un aspecto tremendamente influyente en la vida de las mujeres drogodependientes. Martin Covington y Elizabeth Dray (2002) destaca que no evaluar o atender dichos traumas puede incrementar la posibilidad de recaída en las mujeres (citado en Rosario Ruiz-Olivares y Mina Chulkova, 2016).

Asimismo, el hecho de que las mujeres partan de una situación de vulnerabilidad genera que lleguen al centro terapéutico sufriendo situaciones de bidependencia, codependencia y/o maltrato, circunstancia bajo la cual las mujeres suelen priorizar dejando en último lugar la solución de la adicción (Carmen Meneses, 2007).

En referencia a la pareja, la relación de subordinación que viven en mayor medida las mujeres drogodependientes afecta de forma directa en su toma de decisiones respecto a factores tan importantes como su propia salud.

Por otro lado, las mujeres reciben menos apoyo familiar que los varones en su problemática de consumo (María Soledad Rodríguez, 2007), lo cual genera una barrera importante en la eficacia de su tratamiento. Teniendo en cuenta que la rehabilitación es un proceso prolongado en el tiempo, uno de los pilares básicos para que se sustente la abstinencia son precisamente las redes informales de apoyo social (Josefa Gómez, 2004). Incluso las mujeres exponen “la familia” como uno de recursos que pueden resultar más eficaces para abandonar las drogas, solo superado por los centros especializados en toxicomanías (Blanca Navarro, 2007).

Finalmente, la estigmatización social sufrida por la mujer por romper con los modelos normativos femeninos y los sentimientos de culpa, vergüenza y baja autoestima derivados de ello, ejercen asimismo un fuerte obstáculo para el acceso a tratamiento. El miedo al ser señaladas con estigmas tan contundentes y sufridos es específicamente por mujeres como “ser mala madre” puede provocar la negativa de acceso a terapia, alargando y quizás empeorando su situación de vulnerabilidad.

5. Discusión

Históricamente, el consumo de drogas ha estado enmarcado en un contexto representado por hombres (Elisabete Arostegui y Manuel De Audikana, 2017). Tras la revisión documental exhibida se atisba respuestas a algunas de las preguntas planteadas a lo largo del trabajo y se permite componer una estructura mental de la realidad especialmente problemática que viven las mujeres drogodependientes.

Parece que en esta mitad del siglo XXI las instituciones comienzan a hacer propuestas para transversalizar el género en la problemática drogodependiente. En cambio, aun no se puede valorar las repercusiones directas que han generado las propuestas institucionales en cuestión de género en las actuaciones de las o los profesionales.

Por el contrario, lo planteado por las instituciones se aprecia excesivamente insuficiente si tenemos en cuenta el análisis de las problemáticas específicas de la mujer vertidas en el presente documento. Ya algunos autores respaldan la idea del carácter soluble de los planteamientos cuando estos se dejan en mano de los equipos profesionales sin dar pautas protocolizadas de

aplicación y evaluación con perspectiva de género en los programas de drogodependencias (María Aránzazu Fernández, 2012).

Cabe añadir, que lo mencionado no hace referencia a la incompetencia de los y las profesionales. El peligro deriva más bien de la escasez de estudios especializados en mujer drogodependiente y la baja exposición que se hace de ellos con un carácter sensibilizador. Las prevalencias de consumo de los varones y la baja visibilidad relativa de las mujeres en esta problemática, conlleva, el riesgo de que los centros terapéuticos relativicen la necesidad de aplicar la perspectiva de género en sus trabajos, ya que en la mayoría de las ocasiones las mujeres no llegan a representar ni la mitad de los grupos de tratamiento (Observatorio Nacional sobre Drogodependencias, 2020). Por otro lado, comprobamos que una de cada cuatro mujeres que ha sufrido Violencia Física, Sexual, Emocional o Miedo por parte de una pareja o expareja (24,4%), ha consumido alguna sustancia para afrontar lo sucedido (Patricia Martínez-Redondo y Elisabete Arostegui, 2021), otra cuestión que debemos añadir a la problemática de las adicciones en mujeres y que requiere de un estudio aparte.

Por lo tanto, en este aspecto es importante destacar la necesidad de fomentar la investigación continua sobre las mujeres consumidoras. El desarrollo del conocimiento debe ir de la mano de la evolución social que interfieren en el consumo. Asimismo, habría que valorar que la aplicación efectiva de las políticas de igualdad podría generar una evolución más drástica de los factores, características y pautas de consumo de las mujeres. Si tenemos en cuenta que la exploración de la problemática en cuestión va en claro retraso frente a los estudios del consumo masculino, se puede decir que las mujeres parten en situación de desventaja en la comprensión social y profesional de su historia de consumo.

Centrándonos en los documentos analizados y los conocimientos que estos vierten, es indudable el impacto diferencial que sufren las mujeres drogodependientes. De ello emana la necesidad de desarrollar y aplicar recursos técnicos que atiendan sus especificidades.

Los inicios de los estudios sobre el consumo de drogas en mujeres se centraron esencialmente en las afecciones biológicas en el feto y en ellas. En cambio, los estudios más actuales y que se han analizado en el documento, plantean que los principales factores influyentes y consecuencias sufridas por las mujeres se alejan sustancialmente de la simplista vulnerabilidad fisiológica también presente en determinados consumos. La composición multifactorial de sus afecciones, derivan la necesidad de que los centros especializados diversifiquen sus recursos y lleven a cabo tratamientos integradores.

Ahora bien, parece que existe un componente que se encuentra en la base del consumo femenino y que sustenta las consecuencias diferenciales que sufren ellas frente a los varones. Este componente es el factor social. La construcción de la sociedad entorno a los principios del sistema patriarcal produce unos modelos normativos de feminidad y masculinidad que lastran a la mujer en los distintos ámbitos vitales. Cuando a este obstáculo de partida se le añade la variable drogodependencia, potencia en las mujeres altos niveles de desestructuración que la sitúan al borde del precipicio de la marginalidad y la exclusión (Juan del Pozo, 2005).

Esto forja una reflexión que va más allá de las necesidades de tratamiento. Las repercusiones diferenciales deben atacarse desde la base que las produce y en este caso, la influencia de creencias e ideologías que constituyen el nivel macrosocial de la problemática tiene un gran impacto en el resto de niveles. El tratamiento de desintoxicación y la inserción social ejerce un impacto positivo importante en la vida de las mujeres, pero no combate los pilares que están sustentando su situación de desigualdad y que por lo tanto le hacen ejercer un sobreesfuerzo en su intento de conseguir unas condiciones igualitarias. Esto sugiere la necesidad de fomentar un sistema de prevención del consumo con perspectiva de género desde el ámbito educacional. Esfuerzo que debe materializarse en una mayor comprensión y sensibilización desde edades tempranas de las condiciones desiguales que viven mujeres y hombres frente a la problemática en

cuestión. Es necesario, por tanto, promover una ruptura con los roles y estereotipos sociales tradicionales, los cuales conforman un contexto dramático de la mujer drogodependiente.

6. Conclusión

En definitiva, del análisis de los documentos pertinentes expuestos en el presente manuscrito se derivan los siguientes puntos:

- Existe un fuerte efecto que invisibiliza la problemática de consumo en mujeres drogodependientes, derivado no solo de las presiones sociales que fomentan el silencio en la mujer y su familia, sino por las dificultades existentes en la detección de del consumo femenino por sus características específicas.
- La construcción de las diferencias entre mujeres y hombres parece estar influenciada por las diversas variables de género. De hecho, las prevalencias de consumo han ido cambiando en la medida que evolucionaban los modelos normativos de feminidad y masculinidad. Esto reduce rápidamente si observamos que “ser mujer” hasta hace unas décadas parecía ser un factor protector del consumo de drogas, al menos ilegales, sabiendo en la actualidad que esto no es así.
- Las diversas investigaciones reconocen no solo una mayor gravedad de la drogodependencia en mujeres, sino incluso diferencias significativas en los factores que intervienen en el consumo y sus consecuencias.
- El mayor impacto se deriva de los roles asignados a las mujeres tradicionalmente y los nuevos roles que fomentan la competitividad en el acceso al ámbito público. Los consumos en las mujeres son valorados como transgresiones de su rol tradicional. De esta evaluación diferencia además fuertes estigmas que son vertidos sobre la mujer drogodependiente. Esto produce drásticos en las consecuencias sufridas por el colectivo femenino.
- Las características de las mujeres consumidoras unido a las peculiaridades de los sistemas de tratamiento originan diversas barreras en el acceso, mantenimiento y eficacia del tratamiento de las mujeres drogodependientes.
- Para finalizar, según la literatura consultada se deduce la necesidad de adaptar el contenido de los tratamientos sobre drogas a las especificidades del consumo femenino. Por ende, se debe optar por tratamientos integradores que permitan abarcar la totalidad de la problemática en cuestión. Optando en la medida de lo posible por otorgar a las mujeres de un espacio diferenciado en el que tratar aquellos temas más complicados asociados concretamente al género femenino.

8. Referencias

- Álvarez-Bernardo, Gloria., Romo-Avilés, Nuria, y López-Morales, Juan. (2022). Análisis de género del consumo de alcohol en jóvenes españoles. OBETS. Revista De Ciencias Sociales, 17(2), 191–202. <https://doi.org/10.14198/OBETS2022.17.2.01>
- Amor, Pedro, Bohórquez, Isaura, de Corral, Paz y Oria, Juan Carlos. (2012). Variables psicosociales y riesgo de violencia grave en parejas con abuso de sustancias tóxicas y maltrato previo. Acción Psicológica, 9, 3-18. <http://dx.doi.org/10.5944/ap.9.1.204>
- Arostegi, Elisabete y Urbano, Aurora. (2004). La mujer drogodependiente: especificad de género y factores asociados. <http://www.osakidetza.euskadi.eus>

- Arostegui, Elisabete. y De Audikana, Manuel García. (2017). Perspectiva de género en la Intervención en Drogodependencias: Prevención, asistencia, formación e investigación. Universidad de Deusto.
- Blanco, Pilar, Sirvent, Carlos y Palacios, Leandro. (2005). Diferencias de género en la adicción e implicaciones terapéuticas. *Salud y drogas*, 5 (2), 81-98.
- Bronfenbrenner, Urie. (1979). *The ecology of human development*. Harvard University.
- Camí, Jordi., Mcgeary, John., & Robert Swift, R. (2003). Drogadicción. *Revista De Toxicomanías*, 45, 3-14.
- Castaños, Mónica. (2007). Mujeres drogodependientes y maltratadas. In Castaños, M., Meneses, C., Tubert, S., Rodríguez, M., y Palop, M., *Intervención en drogodependencias con enfoque de género* (1st ed., pp. 149-173). Instituto de la Mujer. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Chait Laurance y Zulaica, B. (2005). Mujeres drogodependientes maltratadas: análisis para la intervención. *Trastornos Adictivos*, 7, 104-113. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1575097305745153>
- Covington, Martin, & Dray, Elizabeth. (2002). The developmental course of achievement motivation: A need-based approach. In A. Wigfield & J. S. Eccles (Eds.), *Development of achievement motivation* (pp. 33-56). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-012750053-9/50004-8>
- Del Pozo, Juan. (2005). Retos y perspectivas sobre las drogodependencias y género. *Salud y drogas*, 5 (2), 117-137.
- Esteban, María Luisa (1999). El género como categoría analítica. Revisiones y aplicaciones a la salud. *Cuaderno de psiquiatría comunitaria*, 3 (1), 22-39
- Fernández, María. Aránzazu. (2012). El mainstreaming de género en las políticas sobre drogas. *Oñati Socio-legal Series*, 2 (6), 63-70. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2111916
- Fernandez, María Aránzazu. y Pérez, Rosa. (2010). El enfoque de género en las drogodependencias. *Revista de Proyecto Hombre*, 73, 14-21
- García-Mina, Ana. y Carrasco, María José. (2006). Diferencias de género en el uso de las drogas. Universidad Pontificia de Comillas.
- Gómez, Josefa. (2004). Algunas reflexiones sobre el alcoholismo femenino. *Cuadernos de Trabajo Social*, 17, 83-98.
- Harding, Sandra. (1996). *Ciencia y feminismo*. Ediciones Morata.
- Instituto de la Mujer (2008). *La atención sociosanitaria ante la violencia contra las mujeres*. Salud 3. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Jessor, Richard. y Jessor Shirley. (1977). *Problem Behavior and Psychosocial Development: A longitudinal Study of Younht*. Academic Press.
- Jiménez, María Luisa y Guzmán, Raquel. (2012). Género y usos de drogas: dimensiones de análisis e intersección con otros ejes de desigualdad. *Oñati Socio-legal Series*, 2 (6), 77-96.

- Lagarde, Marcela. (1996). Género y feminismo: desarrollo humano y democracia (pp. 13-66). Horas y Horas.
- Llort, Antoni, Ferrando, Sara, Borrás, Tre e Inmaculada Purroy. (2013). El doble estigma de la mujer consumidora de drogas: Estudio cualitativo sobre un grupo de apoyo de mujeres con problemas de abuso de sustancias. Cuadernos de trabajo Social, 20, 9-22. <http://doi.org/10.14198/ALTERN2013.20.01>
- Markez, Iñaki, Póo, Mónica, Romo, Nuria, Meneses, Carmen, Gil, Eugenia y Vega, Amando. (2004). Mujeres y psicofármacos: la investigación en atención primaria. Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría, 15 (91), 37-61.
- Martínez-Redondo, Patricia. y Arostegui Santamaría, E. (2021). Situación en España de la violencia de género y el abuso de sustancias. Revisión de la evidencia y propuestas para el abordaje conjunto de la violencia de género y el abuso de sustancias en los servicios de atención. Ministerio de Sanidad. Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.
- Medina-Mora, María Elena. y Rojas, Estela. (2003). Mujer, pobreza y adicciones. Peritanol Reproduccion Human, 17 (4), 230-244.
- Menéndez, Lina. (2001). La dependencia de drogas en la mujer. Cuadernos de Psiquiatría Comunitaria, 1, 70-74.
- Meneses, Carmen. (2010). Usos y abusos de drogas en contextos de prostitución. Revista española de drogodependencias, 35 (3), 329-244.
- Meneses, Carmen. (2006). Mujeres y consumo de opiáceos: una realidad específica. Trastornos adictivos, 8 (4), 261-275.
- Meneses, Carmen. (2007). Invisibilidad y estigmatización del consumo de drogas en mujeres. In García-Mina, A. y Carrasco, M., Diferencias de género en el uso de drogas (1st ed., pp. 13-37). Universidad Pontificia de Comillas.
- Meneses, Carmen. (2007). Obstáculos de acceso al tratamiento. In Castaños, M., Meneses, C., Tubert, S., Rodríguez, M., y Palop, M., Intervención en drogo-dependencias con enfoque de género (1st ed., pp. 173-183). Instituto de la Mujer. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Meneses, M. (2006). Mujer y heroína: un estudio antropológico de la heroína femenina. Universidad de Granada.
- Naciones Unidas (2005). Tratamiento del abuso de sustancias y atención para la mujer: estudios monográficos y experiencia adquirida.
- Navarro, Blanca. (2007). El consumo de alcohol y otras drogas entre las mujeres. Informe de resultados de las encuestas a mujeres en general y a escolares. Instituto de la mujer. Ministerio de Trabajo y asuntos Sociales.
- Observatorio Nacional sobre las drogas y las toxicomanías (2020). Estadísticas 2020: Alcohol tabaco y drogas ilegales en España. Ministerio de Sanidad y Política social: Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas
- Organización Mundial de la salud (2008). Glosario de términos de alcohol y drogas. Ministerio de Sanidad y Consumo.

- Palop, Mercedes. (2007). La dimensión relacional como clave en el proceso de adicción y recuperación In Castaños, M., Meneses, C., Tubert, S., Rodríguez, M., y Palop, M., Intervención en drogodependencias con enfoque de género (1st ed., pp. 99-110). Instituto de la Mujer. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Rodríguez, María Soledad. (2007). Mujeres consumidoras y sus familias de origen. In Castaños, M., Meneses, C., Tubert, S., Rodríguez, M., y Palop, M., Intervención en con enfoque de género (1st ed., pp. 77-87). Instituto de la Mujer. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Romo, Nuria. (2005). Género y uso de drogas: la invisibilidad de las mujeres. Departamento de Antropología y Trabajo Social. Universidad de Granada.
- Romo, Nuria. (2010). La mirada de género en el abordaje de los usos y abusos de drogas. Revista española de drogodependencias, 3, 269-272.
- Romo, Nuria. (2012). ¿Para chicas o para chicos? Reflexiones en torno a la inclusión de la perspectiva de género en la prevención de drogodependencias. In Tecnologías de la comunicación, jóvenes y promoción de la salud. La Rioja: Gobierno de la Rioja. Consejería de Salud y Servicios Sociales.
- Romo, Nuria. y Gil, Eugenia. (2006). Género y uso de drogas: De la ilegalidad a la legalidad para enfrentar el malestar. Trastornos adictivos: Órgano Oficial de la Sociedad española de Toxicomanía, 8, 243-250. [http://doi.org/10.1016/S1575-0973\(06\)75130-3](http://doi.org/10.1016/S1575-0973(06)75130-3)
- Ruíz-Olivares, Rosario y Chulkova, Mina. (2016). Intervención psicológica en mujeres drogodependientes: revisión teórica. Clínica y Salud, 27, 1-6. <http://doi.org/10.1016/j.clysa.2016.01.001>
- Tubert, Silvia. (2007). La perspectiva de género en la atención de mujeres drogo-dependientes. In Castaños, M., Meneses, C., Tubert, S., Rodríguez, M., y Palop, M., Intervención en Drogodependencias con enfoque de género (1st ed.). Instituto de la Mujer. Ministerio de trabajo y asuntos Sociales.
- Urbano, Aurora. (2006). El uso diferencial, según el género de las herramientas terapéuticas en tratamiento residencial. Trastornos Adictivos, 8 (4), 276-281
- Usó, Juan Carlos. (1994). Génesis y desarrollo del «problema de las drogas» en España: 1850-1993. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Waldron, Ingrid. (1991) Pattern and causes of gender differences in smoking. Social Science & Medicine, 32, 989-1005. [http://doi.org/10.1016/0277-9536\(91\)90157-8](http://doi.org/10.1016/0277-9536(91)90157-8)

La trata con fines de explotación sexual: el trabajo de las diferentes entidades implicadas

María Jesús Navarro Ríos^{1,4}
M^a Carmen Terol Cantero^{1, 2, 3}
Mariela Dimitrova Velikova²

¹*Centro Interdisciplinar de Estudios de Género*

²*Grupo de Investigación Psicosocial en el Ámbito Comunitario*

³*Dpto. de Ciencias del Comportamiento y Salud*

⁴*Grupo de Investigación en Economía, Cultura y Género*
Universidad Miguel Hernández de Elche

1. Introducción

Con la publicación del Protocolo de Palermo (2000) (<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2003-22719>) que complementa la Convención de las Naciones Unidas contra la Delincuencia Organizada Transnacional, hecha en Nueva York el 15 de noviembre de 2000, y la del Convenio firmado en Estambul en 2011 (https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2014-5947) se insta a los Estados miembros a tomar medidas contra la trata de mujeres y niñas, y a orientar campañas de sensibilización y educación eficaces y específicas para la población. Así consta en el último convenio mencionado, en el Capítulo III del Convenio del Consejo de Europa (2011) sobre prevención y lucha contra la violencia contra la mujer y la violencia doméstica; (Estambul, 11 de mayo del 2011), ratificado por España (B.O.E. num.137 del 6 de junio del 2014; Sec.I, pags: 42946-429176). Atendiendo estas propuestas, 19 nanocursos fueron editados en colaboración con diferentes entidades implicadas en la lucha contra la trata con fines de explotación sexual en la provincia de Alicante, y que están disponibles en la web de la UMH (<https://www.nanocursos.com/curso/13889>) bajo el título: Trata de Mujeres y Niñas con fines de Explotación Sexual: Persecución, Prevención y Atención a víctimas desde la perspectiva de género y derechos humanos. Estos 19 nanocursos forman parte de una formación básica e integral de tres horas de duración, autoevaluable en materia de trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual.

En la edición de estos cursos han participado la UCRIF (Unidad Central de Redes de Inmigración y Falsedades Documentales. Policía Nacional), EMUME (Equipo Mujer Menor. Guardia Civil), CEAR (Comisión Española de Ayuda al Refugiado), el Ayuntamiento de Alicante (Concejalía de Acción Social Departamento de Igualdad y Promoción Social), las Hermanas Oblatas del Santísimo Redentor, Fiet, Médicos del Mundo, ECULGE (Grupo de Investigación Economía Cultura y Género de la UMH) y ASTI (Secretariado Diocesano de Migración Orihuela-Alicante).

Con el interés de visibilizar la imprescindible y valiosa labor realizada por estas entidades, este documento, a modo de reseña, recoge las ideas claves o la información más relevante que los profesionales de las diferentes entidades nos transmiten a la población a través de los cursos mencionados. Los contenidos se han estructurado en siete apartados relacionados con el delito de trata y los cuerpos especiales implicados en su persecución, la diferencia entre el tráfico y la trata de personas, la trata con fines de explotación sexual y la prostitución, la detección de indicios en víctimas de trata, el acompañamiento que realizan las entidades a víctimas de trata, la concienciación del vínculo entre masculinidades, pornografía y prostitución, y con la necesidad de sensibilizar e intervenir con jóvenes y adolescentes. Estos apartados pretenden dar una información vertebrada en el enfoque conocido como de las “tres p’s”, que considera la necesidad de atender el delito de trata de una forma integral y simultánea según los tres pilares de:

- **Prevención:** Teniendo en cuenta todas las investigaciones y acciones formativas capaces de generar conocimiento que permita plantear acciones de sensibilización eficaces destinadas a la ciudadanía, así como a los perfiles profesionales implicados.
- **Persecución:** En cuanto a las herramientas legislativas y policiales vigentes en España respecto al delito de trata.
- **Protección:** De las víctimas y supervivientes de trata con fines de explotación sexual, a través de una atención integral que restituya sus derechos fundamentales y les permita desarrollar un proyecto de vida fuera de la violencia ejercida en el sistema prostitucional.

2. Cuerpos especiales implicados, asistencia y denuncia en el delito de trata

Dentro de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado (FCSE) españolas, el **EMUME** (Equipo Mujer-Menor), por parte de la Guardia Civil, y la **UCRIF** (Unidad Central de Redes de Inmigración y Falsedades Documentales), de la Policía Nacional, son los grupos especializados encargados de la persecución de la trata de personas en España, entre las que se incluye la trata de seres humanos con fines de explotación sexual. Éstos realizan inspecciones en lugares relacionados con la prostitución. Se centran en detectar e identificar posibles víctimas, liberarlas y protegerlas, además de, detener a los miembros de las redes criminales de explotación y trata de seres humanos. Hacen hincapié en que, aunque la prostitución no está legislada en España, la prostitución forzada o engañosa es ilegal según el Código Penal.

La UCRIF y EMUME realizan entrevistas a través de agentes especializados, preferiblemente mujeres, en lugares de prostitución focalizadas en la detección de indicadores de riesgo, comportamientos y respuestas de las posibles víctimas. Las agentes están entrenadas para identificar signos de prostitución coactiva, dejando siempre una vía de comunicación abierta para las víctimas. Durante las inspecciones también se revisan cuestiones fiscales, administrativas de Seguridad Social y el cumplimiento de leyes de los espectáculos públicos y actividades recreativas. En la persecución de la trata de seres humanos con fines de explotación sexual es necesaria la colaboración interdisciplinar, la experiencia y la especialización.

Las FCSE colaboran con el servicio de atención a víctimas, autoridades judiciales, fiscales, unidades internacionales, diferentes entidades que trabajan en el ámbito de la trata y con la ciudadanía. En la Policía Nacional y Guardia Civil, se dispone de **interlocutores sociales**; uno nacional y 53 territoriales por cada provincia española. Su función es coordinar los esfuerzos de instituciones, organizaciones sin ánimo de lucro (ONGS), y de la sociedad civil en la asistencia y protección de las víctimas de trata. Además de las unidades de las FCSE, también las personas que tengan conocimiento pueden colaborar informando a las autoridades competentes si se sospecha que una mujer está siendo víctima de trata. En el caso de la Policía Nacional, existe una línea telefónica gratuita para canalizar **denuncias y atención a víctimas** de trata (910 50 90), atendida en diferentes idiomas (inglés, francés y algunos dialectos africanos) por funcionarios especializados, además de, un correo electrónico trata@policia.es

3. Definiciones y diferencias: trata y tráfico de personas

Las FCSE definen y aclaran las diferencias sobre inmigración, tráfico y trata de personas. La inmigración ilegal, aunque no constituye un delito en sí, supone la entrada y permanencia en un país sin cumplir las normas administrativas y requisitos legales que la regulan. Para el caso del **Tráfico de Personas**, nos señalan que siempre implica el cruce de fronteras de un país a otro (transnacionalidad). Supondría facilitar la inmigración ilegal a quienes “consienten”, aún bajo

condiciones peligrosas y degradantes, por el deseo de llegar a otro país. En este caso la explotación se limita al proceso del viaje, entre las que están el abuso del coste del pasaje y la falta de condiciones y seguridad para esas personas.

Cuando describen la **Trata de Personas**, destacan que ésta no implica necesariamente transaccionalidad, puede ocurrir dentro de un mismo país, con el simple desplazamiento de la víctima de una zona a otra, lo que es común en la explotación sexual. No se da un consentimiento real, pues se da bajo fuerza o coacción, intimidación o amenazas, engaño, fraude, abuso de poder o necesidad. Involucra a personas que suelen estar en una situación de vulnerabilidad, que son víctimas de explotación continua que perdura en el tiempo, y con el objetivo de obtener beneficios económicos de ellas. En resumen, las FCSE subrayan que la diferencia clave entre el tráfico de personas y la trata de seres humanos es el propósito y la naturaleza de la explotación. El tráfico de personas sería un delito, pero contra el estado, mientras la trata de personas es un delito que atenta contra los derechos humanos.

4. Relación entre trata, explotación sexual y prostitución

Salvadora Azorín, del departamento de Igualdad y Promoción Social, de la Concejalía de Acción Social del Ayuntamiento de Alicante, define el delito de **trata con fines de explotación sexual** desde la vulneración y violación de los derechos humanos que sufren las mujeres y niñas por el hecho de ser mujer. Las víctimas son explotadas sexualmente por dinero y poder para otros, en una industria del sexo que genera billones de euros y dólares anualmente que, en contra de lo que se cree, no enriquecen ni lucran a las mujeres. Azorín recuerda que la **trata de seres humanos con fines de explotación sexual** se da sin consentimiento real, en situaciones de vulnerabilidad de las víctimas que son captadas, trasladadas y acogidas o recibidas para ser explotadas sexualmente.

CAPTACIÓN: En la fase de **captación** los integrantes de las mafias ubicados en las zonas de captación, son quienes engañan a mujeres y niñas de países empobrecidos, con falsas promesas de trabajos dignos en otro país. Es común que las captadoras sean mujeres por la mayor confianza que generan en la potencial víctima.

TRASLADO: Después de la captación, es necesario que se lleve a cabo **el traslado**, implicando éste implica el cambio forzado de ubicación de las víctimas, alejándolas de su contexto familiar y cultural, lo que incrementa su vulnerabilidad ante la pérdida de redes sociales, familiares y de arraigo en un país nuevo donde difícilmente conocerán el idioma.

EXPLOTACIÓN: La **explotación** involucra la prostitución forzada de mujeres y niñas, junto con el uso de coacciones y violencia para asegurarse de que cumplan con las demandas de ganancias impuestas por los explotadores.

En cuanto a la demanda y/o consumo de **Prostitución**, las FCSE informan que ambas acciones no están tipificadas como delito en nuestro Código Penal, pero se penaliza en situaciones de uso de violencia, intimidación, o cuando se fuerza a la persona. Y aún sin ánimo de lucro o existiendo consentimiento, la prostitución se consideraría delito en situaciones de vulnerabilidad personal o económica, o en condiciones gravosas, desproporcionadas o abusivas. Mayoritariamente la prostitución no es elegida, sino forzada y ejercida bajo coacción, y la considerada “voluntaria” y sin violencia estaría representada por un margen de entre el 2% al 5% de mujeres. De modo que, las mujeres prostituidas no actúan de forma voluntaria, siendo el **sistema prostitucional** el que subvierte su voluntad a través del engaño, la violencia y la esclavitud, explotando y deshumanizándolas para satisfacer a consumidores o “puteros”.

Este sistema prostitucional o industria del sexo tiene como objetivos ofertar mujeres y niñas, cubrir la demanda de servicios sexuales de los consumidores o puteros, y distribuir ganancias entre las organizaciones criminales, proxenetas, y locales o clubes. Las **mujeres y niñas** son las víctimas del sistema, explotadas y cosificadas como productos o mercancías convirtiéndolas en objetos de placer atractivos para satisfacer la demanda de consumidores o puteros. Los **Consumidores** son hombres que buscan sometimiento y dominación perpetuando la desigualdad de hombres y mujeres, lo que les convierte en la parte fundamental que mantiene el sistema en funcionamiento, siendo la costumbre prostituyente la generadora del delito. Las **organizaciones criminales o grupos** aseguran que haya mujeres y niñas disponibles para la prostitución, operan en países de captación engañándolas, y utilizan también tecnologías digitales e Internet, siendo cada vez más común la captación, sobre todo de menores, a través de las redes sociales. Los **proxenetas** no intervienen en la captación, sin embargo, se encargan de mantener a las mujeres en la prostitución utilizando la violencia y la intimidación para su beneficio. Los establecimientos denominados **tercería locativa**, hacen referencia a los lugares donde se lleva a cabo la prostitución, pudiendo ser clubes o viviendas particulares.

Entre los diferentes protagonistas del sistema, el consumidor o putero es quién lo sostiene económicamente pagando los servicios sexuales. Por tanto, además de sensibilizar a la sociedad y perseguir las organizaciones criminales, proxenetas, y lugares de prostitución, la estrategia clave es reducir la demanda, ya que sin consumidores o puteros no hay prostitución ni trata. Desde el recurso residencial en Alicante, la ONG Fiet confirma la relación entre prostitución y trata como un fenómeno representativo de la esclavitud del S. XXI. Además, destaca el liderazgo de España en la demanda de prostitución y en el tránsito de víctimas de trata, que aumenta conforme a la demanda de servicios sexuales. Y finalmente, subraya la disponibilidad de unidades y entidades especializadas, que son imprescindibles para asumir nuevos espacios de trata y prostitución sustentados por las nuevas tecnologías y la era digital.

5. Indicadores para la detección de víctimas de trata

La Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR) se ocupa de la protección internacional a la que tienen derecho las víctimas, ofreciéndoles apoyo durante el tiempo de acogida en sus recursos. Con su experiencia y la información para la identificación y detección que ofrece las FCSE se consideran que algunos **indicios generales** y **específicos** ayudan a detectar a una persona en riesgo de ser víctima de trata. Destaca que la existencia de solamente un indicio no determina una situación de trata, ni tampoco son necesarios todos ellos para que exista dicha situación. Pero, ante la sospecha de una víctima de trata o prostitución coactiva, lo más importante es no enfrentarse directamente sino informar a las autoridades competentes. Entre los indicios **generales** o básicos están los relacionados con aspectos personales y demográficas de la víctima tales como:

- No tener documentación o estar manipulada
- Proceder de países origen de víctimas de trata (Colombia, Nigeria, paises del Este de Europa, entre otros)
- Ser huérfana o tener familia dependiente, menor de edad o sospecha
- Disponer de varios teléfonos
- Recibir muchas llamadas
- Ir siempre acompañada a servicios básicos, especialmente de urgencia hospitalaria, entre otras

Otros más **específicos** tienen que ver con:

- Trayectos migratorios extraños
- Desconocimiento de la ruta

- Relatos incoherentes o pocos comprensibles sobre su viaje y llegada
- Discursos aprendidos
- Silencios prolongados
- Actitudes temerosas supervisadas o dirigidas por otras personas.

Pero, además, otros indicadores ampliamente conocidos y atendidos por diferentes entidades y ONGS respecto del estado de salud físico y mental de las víctimas deben tenerse en cuenta como indicios para su detección.

Médicos del Mundo siguiendo sus principios de defensa de derechos humanos, a la salud y a una vida digna, atiende a mujeres víctimas en centros, calles, pisos y clubes tratando de detectar indicios de trata con fines de explotación sexual. Lleva a cabo acciones de promoción de la salud y prevención de riesgos, además de realizar seguimientos y derivaciones. Tanto desde CEAR como desde Médicos del Mundo se mencionan los siguientes indicios y consecuencias en salud para considerar en la detección de víctimas con fines de explotación sexual (Tabla 1).

Tabla 1. *Indicios y Consecuencias en Salud a considerar en la detección de víctimas con fines de explotación sexual*

Indicios y Consecuencias en Salud	
Física, Sexual y Reproductiva	Relaciones sexuales alto riesgo, infecciones de transmisión sexual Trastornos ginecológicos Embarazos no deseados y abortos Alteraciones del sueño y trastornos de la alimentación. Agresiones físicas, violencia, marcas, hematomas, quemaduras
Psicológicas	Miedo, irritabilidad, ansiedad, adicciones Estado de alerta y preocupación continua Estado de ánimo bajo o depresivo, ideación suicida Daño emocional y rechazo, angustia, fobias Dificultades de atención o memoria y estado disociado
Sociales	Aislamiento social-lingüístico y estigma Redes sociales deficitarias Desconfianza en recursos de apoyo y temor a la identificación

6. Entidades y programas de acompañamiento a víctimas de trata

En las entidades y programas de acompañamiento a víctimas de trata con fines de explotación sexual, se destaca la importancia del enfoque de género en la intervención, puesto que este fenómeno afecta desproporcionadamente a mujeres.

El enfoque de diferentes entidades, y teniendo como primer ejemplo a “Oblatas”, es restaurar los derechos de las mujeres, empoderarlas y visibilizar la realidad de la prostitución y la trata. La problemática a la que se enfrentan estas mujeres incluye lo sufrido en su explotación, el “trabajo” inhumano, las deudas económicas generadas por el traslado y la explotación, la estigmatización social, su situación administrativa irregular, restricciones de movilidad, así como, responsabilidades familiares en el país de origen. En el caso de la entidad Fiet, de igual modo, el foco de atención es ayudar a estas mujeres a salir de situaciones de vulnerabilidad y explotación, proporcionándoles apoyo para su recuperación y reinserción en la sociedad (atención integral).

La intervención de estas entidades se basa en el acompañamiento y la disponibilidad, mostrándoles a las mujeres sus derechos como ciudadanas y los recursos sociales disponibles para ellas, respetando los procesos individuales y siendo las mujeres el centro de atención. A pesar de lo vivido, las expectativas de las mujeres son mejorar su calidad de vida, acceder a formación, a un hogar estable, poder regular su situación administrativa y tener oportunidades para un futuro.

Desde este marco de referencia de atención a mujeres víctimas de explotación, el Programa Alba Alicante, desde octubre del 2021 surge como iniciativa integral en servicios sociales para atenderlas, impulsado por Conselleria de Igualdad y Políticas Inclusivas, y gestionado por Oblatas. En la Tabla 2 se resume la atención y acompañamiento llevado a cabo por las entidades mencionadas.

Tabla 2. Atención y acompañamiento por las entidades Oblatas y Fiet, a mujeres víctimas de explotación

Áreas	Oblatas. Programa Alba	Fiet
Detección	Salidas para conectar con mujeres en contextos de prostitución	Visitar lugares de prostitución para detectar posibles víctimas.
Acogida	Alojamiento seguro y derivación a recursos de larga estancia para mujeres que deseen abandonar la explotación sexual.	Casas de acogida de larga estancia, ofreciendo un lugar seguro con asistencia integral adaptada a las necesidades individuales. En el caso de mujeres con hijos e hijas menores, se ofrece un programa específico para mejorar las relaciones filiales y apoyar las necesidades de los niños.
Jurídica	Asesoramiento integral con enfoque centrado en la mujer. Detección de víctimas de trata con perspectiva de género y derechos humanos. Asesoramiento jurídico en trámites legales y Ley de Extranjería.	Apoyo legal en procesos legales-administrativos en relación a su situación Asesoría legal y gestión documental.
Sanitaria- Psicológica	Apoyo psicológico personal y de grupos terapéuticos-educativos.	Asistencia psicológica, apoyo emocional y recuperación de traumas y trastornos mentales. Asegurar el acceso de las mujeres a la atención médica, control de salud y tratamientos.
Socio-Laboral	Formación e inserción laboral con planes personalizados	Brindar herramientas educativas, cursos formativos, idiomas, talleres ocupacionales, para mejorar las habilidades y oportunidades. Elaborar itinerarios específicos según formación y experiencia previa para la reinserción socio-laboral. Crear espacios seguros de ocio para la integración, de relajación y de convivencia

Las diferentes entidades de atención a víctimas de trata con fines de explotación sexual (Fiet, Oblatas Médicos del Mundo, entre otras), entre sus intervenciones en calle incluyen la entrega de material preventivo, promoción y educación para la salud, prevención de riesgos en prostitución e información sobre infecciones de transmisión sexual. Todas ellas, además, realizan un **seguimiento externo** de las mujeres tras abandonar las casas de acogida, brindándoles apoyo continuo en su vida independiente, pudiendo disponer de un teléfono de atención 24 horas para mujeres en situación de vulnerabilidad, como en Fiet.

Las acciones de detección y acompañamiento de las diferentes ONGS se coordinan con entidades oficiales como las FCSE para identificar y proteger a las víctimas. Y, además, trabajan en red con otras organizaciones (nacionales e internacionales), como la Red española contra la trata de personas, Mesa de trata “Alicante Trata 0”, Rede galega contra la trata, Project Rescue Hope Starts Her, MTPT (Prostitución y trata Madrid). En el 2021 las diferentes unidades y entidades

muestran datos de más de 700 mujeres de nacionalidades diferentes que fueron atendidas. En Médicos del Mundo, sus datos globales de 2021, muestran un total de 1.055 personas atendidas, incluyendo extranjeros, hombres, mujeres y personas trans. Por último, todas las entidades de atención y acompañamiento a víctimas están comprometidas y participan activamente en la sensibilización de la sociedad sobre la explotación sexual y la trata.

7. Masculinidades, pornografía y prostitución

El Grupo de Investigación ECULGE de la UMH señala la importancia de abordar el fenómeno de la prostitución y de las víctimas de trata con fines de explotación sexual atendiendo a las relaciones entre masculinidades, pornografía, y prostitución, así como, al papel de la socialización y la educación sexual desde una perspectiva de género.

La violencia sexual no es sólo un tema abordable desde el ámbito laboral, político, del ocio, doméstico o familiar, sino que define claramente lo que es la prostitución forzada y la explotación sexual. La pornografía, accesible para todo el mundo en su versión online, presenta una visión distorsionada de la sexualidad y las relaciones sexuales que configura patrones de sexualidad en jóvenes y adolescentes que acceden cada vez a edades más tempranas. El contenido de la pornografía “*mainstream*” (lo más común), muestra actitudes machistas, cosificación del cuerpo femenino y violencia explícita. Esta pornografía pervierte la percepción de las relaciones íntimas y sexuales en jóvenes y adolescentes, pues aprenden a imitar estas actitudes y comportamientos incitadores del uso de la violencia durante las relaciones afectivo-sexuales y de pareja. Por tanto, debemos atender a lo importante que es la coeducación para la formación de jóvenes en sus relaciones igualitarias y afectivo-sexuales.

Además, desde diferentes fuentes se relaciona el consumo de pornografía y prostitución, pues quiénes consumen pornografía aceptan o “normalizan” ver a las mujeres como objetos sexuales con actitudes de cosificación que en la prostitución alcanzan su máxima expresión. Una sociedad que mantiene masculinidades sexistas, machistas, cosificadoras, y de posesión y dominio, “justificaría” las diferentes violencias de género sufridas actualmente por las mujeres, por lo que, es necesario implicarse en la promoción de referentes de masculinidades igualitarias, no patriarcales, y en la erradicación de actitudes machistas y violentas de la sociedad.

La ONG Fiet profundiza aún más en el tema de la pornografía destacando su impacto en los adolescentes. La pornografía es una industria que da forma a las relaciones entre mercado y sexualidad. En la cultura contemporánea, la pornografía socializa a ambos sexos de diferente manera (varones - agresión y no negociación de la sexualidad, mujeres – satisfacción prioritaria masculina). La pornografía es un agente de socialización en el proceso evolutivo de la sexualidad, y contribuye a introducir el cuerpo de las mujeres como producto de mercado, a la vez que distorsiona las expectativas sobre la realidad de las relaciones sexuales e interpersonales. La pornografía acaba siendo el recurso de educación sexual en adolescentes teniendo consecuencias sobre:

- 1) su **conducta sexual**; pues aumenta prácticas de riesgo, cosifica a la mujer, descontextualiza la sexualidad, conceptualiza las relaciones sexuales como una necesidad que hay que satisfacer
- 2) sus **relaciones sexuales**, que son estereotipadas y afectan al autoconcepto y autoestima de chicos y chicas ante expectativas irreales y
- 3) sus **relaciones interpersonales** simplificándolas, distorsionando la expectativa sobre un encuentro sexual real, o alentando la incapacidad de mantener relaciones estables.

En resumen, la pornografía modela las actitudes y conductas sexuales de los jóvenes, fomenta prácticas de riesgo, cosifica a la mujer, e incrementa el deseo de practicar conductas sexuales no consensuadas o “fantasías sexuales” que derivan en un mayor consumo de prostitución a edades tempranas, erotizando la violencia, dominación y el ejercicio de poder sobre la mujer.

8. Programas de sensibilización en adolescentes

La organización ASTI (Secretariado Diocesano de Migración de Alicante) se centra en la sensibilización de adolescentes y jóvenes acerca de la trata y la prostitución. Llevan a cabo programas de prevención de la explotación sexual, desde la educación y concienciación de menores como potenciales demandantes, y profundizan en la protección de los derechos de niños y niñas en relación con la explotación sexual. Los objetivos de ASTI son desincentivar la demanda de prostitución y erradicar la trata con fines explotación sexual, informar sobre la captación, y educar en relaciones afectivo sexuales igualitarias. Para ello, realiza talleres donde:

- 1) exponen **las estrategias** de los tratantes para la captación, cómo buscan la vulnerabilidad y necesidad, se aprovechan de traumas en el apego, utilizan las creencias espirituales, el método Lover-boy, la violencia, la intimidación o el engaño,
- 2) brindan herramientas para identificar anuncios de trabajos sospechosos que utilizan terminología “laboral” de captación (modelo, masajista, webcammer, modelo OnlyFans, sugar daddy, asistente terapeuta, entre otros),
- 3) incitan a la reflexión sobre relaciones sexuales consentidas y violencia sexual, enfatizando la importancia de la comunicación, el lugar, el momento y la manera, el sentimiento de seguridad, y la reciprocidad y
- 4) aclaran porqué el dinero no convierte una experiencia no deseada en un trabajo en el contexto de la prostitución.

ASTI se compromete con la educación de los adolescentes fomentando la conciencia sobre la trata de personas y utiliza diferentes técnicas para tratar estos temas en el entorno educativo. Entre ellas, atender al lenguaje y la forma de abordarlos, empoderarlos como agentes de cambio, fomentar la formación continua, sensibilizar con casos de prostitución y violencia de género detectados en entornos educativos, y finalmente, implicarlos en la lucha contra la trata, la prostitución y la violencia sexual mediante la iniciativa y movilización comunitaria (ej. retirada de carteles publicitarios de clubes).

9. Referencias

- Consejo de Europa. (2011). Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra la mujer y la violencia doméstica, Capítulo III. B.O.E. (núm. 137, 6 de junio de 2014). https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2014-5947
- Convenio de Estambul. (2011). Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra la mujer y la violencia doméstica. BOE. https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2014-5947
- Naciones Unidas. (2000). Protocolo para prevenir, reprimir y sancionar la trata de personas, especialmente mujeres y niños, que complementa la Convención de las Naciones Unidas contra la Delincuencia Organizada Transnacional [Protocolo de Palermo]. BOE. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2003-22719>

Informe de estudio piloto. Visualización de nanocursos sobre prostitución y trata con fines de explotación sexual. Evaluación de actitudes de profesionales

María Jesús Navarro-Ríos^{1,2}
Mariela Dimitrova Velikova^{3,4}
María del Carmen Terol Cantero^{1,3,4}
Carolina Vázquez Rodríguez^{1,3,4}
Maite Martín-Aragón Gelabert^{1,3,4}

Centro Interdisciplinar de Estudios de Género¹
Grupo de Investigación en Economía, Cultura y Género²
Grupo de Investigación Psicosocial en el Ámbito Comunitario³
Dpto. de Ciencias del Comportamiento y Salud⁴
Universidad Miguel Hernández de Elche

1. Introducción

Es imposible separar el funcionamiento del sistema prostitucional de la trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual. Y para ello es necesario realizar un esfuerzo ontológico que haga comprender de qué estamos hablando cuando pretendemos comprender las normas, causas y consecuencias que gobiernan el sistema prostitucional, siendo urgente para ello, que la ciudadanía, al abordar la temática, deposite el foco en la parte fundamental sobre la que nace la institución de la prostitución: el hombre que exige que su deseo sexual sea satisfecho sin que sea precisa la reciprocidad y la ideología que encuentra normal, natural y deseable que lo haga (Ana De Miguel, 2014). Bien ha de quedar claro que el problema de la prostitución es precisamente la demanda de cuerpos a la carta para satisfacción sexual fundamentalmente por parte de los varones, creando una costumbre putañera que continúa normalizándose hoy en día, generando un negocio con grandes beneficios económicos fundamentalmente para los proxenetas y tratantes. Y es precisamente la capacidad de generar estos grandes beneficios económicos la razón más significativa que provoca una fuerte resistencia por parte de las personas beneficiarias del lucro a que el “*status quo*” imperante en la sociedad, cambie.

Para acabar con la explotación sexual, es necesario una acción integral, pues para un fenómeno complejo creado por causas multifactoriales, es lógico suponer que las soluciones han de poseer las mismas características multifactoriales que habrán de accionarse de forma integral, coordinada y al unísono para que el resultado sea efectivo.

Para ser explicado de una forma clara la estrategia que ha de seguirse es la que aparece reflejada en distintas fuentes especializadas en la temática, entre las que se encuentra el “Plan estratégico nacional contra la trata y la explotación de seres humanos 2021-2023” del Ministerio del Interior del Gobierno de España. Esta estrategia considera que tres son los pilares que han de accionarse simultáneamente y son:

La prevención contra la trata
La persecución del delito de trata
La protección de las víctimas de trata

Estrategia conocida como la de las “tres pés”.

Es sin duda, la prevención la que más peso en recursos económicos y acciones ha de tener, pues serán acciones que buscan directamente que el delito no llegue a producirse. Para conseguir este objetivo es fundamental estar en disposición de producir en la ciudadanía una concienciación sustentada por el relato de las causas y consecuencias reales de este delito, mostrando sus graves consecuencias, de forma que sea capaz de producir un cambio de percepción que rechace los discursos y mentalidades que se empeñan en normalizar y justificar la demanda.

Para generar este cambio de paradigma gracias a la sensibilización de la ciudadanía a la que se le dota de información objetiva de la realidad, resulta de enorme interés realizar estudios previos que nos arrojen luz acerca de las opiniones previas de la población en general, y de los y las profesionales de cualquier disciplina relacionada con la trata (policial, asistentes sociales, sector sanitario, etc.) respecto al fenómeno de la prostitución de forma que nos permita dar información sobre cómo diseñar campañas y formaciones eficaces basados en la realidad que deconstruyan las ideas que normalicen y toleren el delito.

2. Objetivo

El objetivo general de este estudio ha sido examinar mediante estudio piloto las actitudes y percepciones de un grupo de profesionales de distintos ámbitos (ayuntamientos, asociaciones y fuerzas y cuerpos de seguridad del estado, entre otros) sobre la prostitución y la trata de personas con fines de explotación sexual.

3. Metodología

3.1. Diseño del Estudio

Se trata de un diseño descriptivo transversal implementado para evaluar las actitudes y percepciones de los participantes sobre la prostitución y la trata de personas con fines de explotación sexual. Este enfoque permite recopilar y analizar datos en un momento específico, proporcionando una visión detallada de las posturas de los individuos involucrados en el estudio respecto a estos temas.

3.2. Participantes y procedimiento

Han participado en la evaluación un total de 20 profesionales, quienes están involucrados directa o indirectamente en temas relacionados con los objetivos de estudio, y que previamente habían recibido formación específica sobre prostitución y trata de personas con fines de explotación sexual. Esta formación fue impartida mediante una serie de nano-cursos sobre "Trata de Mujeres y Niñas con Fines de Explotación Sexual", ofrecido por la Universidad Miguel Hernández de Elche. Los nano-cursos fueron visualizados por 40 profesionales; el 93% eran mujeres, 14 participantes cumplieron la formación en su totalidad y 24 profesionales adquirieron más del 90% del total de contenidos formativos.

3.3. Instrumentos

Para evaluar las actitudes y creencias hacia la prostitución y los diferentes enfoques legales, se implementaron dos escalas en este estudio.

- 1) **Escalas sobre Posturas Legales hacia la Prostitución:** Se utilizó la *Legal Stance towards Prostitution* (Inmaculada Valor-Segura, Francisca Expósito y Miguel Moya et al., 2011) que abarca los ítems del 1 al 7. Los extremos de la escala representan la Legalización (asociada a puntuaciones bajas) y la Prohibición (vinculada a puntuaciones más altas en la escala). Los ítems que se evalúan en dirección inversa son el 4 y el 6. Los participantes indicaron su nivel de acuerdo con una serie de afirmaciones, utilizando una escala tipo Likert de 5 puntos, donde 1 representa total desacuerdo y 5 total acuerdo. El coeficiente alfa de Cronbach de esta escala, derivado de estudios previos, fue de .82, lo que indica una buena consistencia interna (Inmaculada Valor-Segura, Francisca Expósito y Miguel Moya et al., 2011). Además, también se administró otra *Escala de Posturas Legales hacia la Prostitución* de Helena Bonache, Naira Delgado, Afroditi Pina y Juan A. Hernández-Cabrera et al. (2021) que está compuesta por tres subescalas: **Actitudes Abolicionistas (ítems 8, 9, 10 y 12), Actitudes Prohibicionistas (ítems de 13 a 16) y Actitudes Legalizacionistas (ítems de 17 a 20).** Las puntuaciones más altas indican actitudes más favorables hacia la postura correspondiente. El coeficiente alfa de Cronbach para estas subescalas varió entre .68 y .89 en estudios previos, lo que refleja una consistencia interna aceptable a buena en las diferentes dimensiones de la escala (Helena Bonache, Naira Delgado, Afroditi Pina y Juan A. Hernández-Cabrera et al. 2021).
- 2) **Escala de Actitudes hacia la Trata con Fines de Explotación Sexual:** Se administró la *Escala de Actitudes ante la Trata Sexual* (EATS) (Cristina Herrero-Villoria, Antonia Picornell-Lucas y Carmen Patino-Alonso et al., 2022). Esta escala está compuesta por 25 ítems y seis dimensiones de la escala que son las siguientes: 1) la subescala Actitudes hacia la Capacidad de Abandonar la Trata Sexual ($\alpha = 0.82$) que evalúa las creencias sobre el nivel de elección de las mujeres y niñas y su capacidad para abandonar la situación de trata y se compone de los primeros 5 ítems, siendo el ítem 2 inverso; 2) la subescala Conocimiento sobre la Trata Sexual ($\alpha = 0.79$) que evalúa el conocimiento sobre la definición de trata con 4 ítems (del 10 al 13); 3) la subescala Sensibilización sobre la Trata Sexual ($\alpha = 0.75$) centrada en la conciencia que se tiene sobre la trata sexual y las información sobre este fenómeno, formada por los ítems 22 al 25, siendo inverso el ítem 25; 4) la subescala de Actitudes de Ayuda hacia las Sobrevivientes ($\alpha = 0.80$) valora actitudes paternalistas respecto a cómo ayudar a quienes han sido víctimas de la trata, incluye los ítems del 19 al 21, todos directos; 5) la subescala de Eficacia para Reducir la Trata Sexual ($\alpha = 0.77$) evalúa las creencias sobre la capacidad individual para intervenir en favor de las supervivientes de trata y para reducir el tráfico sexual, incluyendo los ítems del 6 al 9, todos directos, y 6) la subescala de Reacciones Empáticas hacia la Trata Sexual ($\alpha = 0.81$) que evalúa las respuestas emocionales hacia la trata con fines sexuales con los ítems del 14 al 18, siendo inversos los ítems 17 y 18. En todas las subescalas, se utiliza un formato de respuesta tipo Likert de 6 puntos, que varían desde 1 = muy en desacuerdo hasta 6 = muy de acuerdo.

4. Resultados

4.1. Posturas Legales hacia La Prostitución

4.1.1. Legalizacionismo-Prohibicionismo

Destacan las puntuaciones más elevadas o de mayor acuerdo con posturas prohibicionistas, en ítems como “creo que la prostitución ha de ser erradicada” (ítem 1), “considero la prostitución como un grave problema social” (ítem 2) y “en nuestro país se deberían adoptar medidas de abolicionismo como en Suecia, donde la prostitución es considerada como un acto de violencia y el castigo va dirigido al cliente” (ítem 3) (Tabla 1).

El resto de los ítems reflejan opiniones de mayor desacuerdo, con medias de entre 1.05 y 1.45, respecto de ítems como que “la prostitución no debería eliminarse” (ítem 4) o que “se debería castigar a la persona que se prostituye” (ítem 7). Los resultados de frecuencias muestran un porcentaje pequeño de participantes que muestran acuerdo o neutralidad, sin posicionarse hacia posturas prohibicionistas (5%, 10%, 10% en los casos de ítems 4, 5 y 6) (Figura 1).

Tabla 1. Legalizacionismo-Prohibicionismo

Ítems	M	DS
1. Creo que la prostitución ha de ser erradicada	4.95	.224
2. Considero la prostitución como un grave problema social	4.95	.224
3. En nuestro país se deberían adoptar medidas de abolicionismo como en Suecia, donde la prostitución es considerada como un acto de violencia y el castigo va dirigido al cliente "	4.95	.224
4. La prostitución es uno de los trabajos más antiguos y no debería eliminarse (*)	1.05	.224
5. La mejor medida para solucionar los problemas que causa la prostitución sería castigar a la prostituta y al cliente que pide los servicios de la prostitución	1.65	.988
6. Considero que legalizar la prostitución, como en Holanda, es la mejor política que se puede adoptar para resolver el problema de tráfico de mujeres y el mercado del sexo (*)	1.60	1.046
7. Las medidas que se deberían adoptar por ley, para solucionar los problemas que causa la prostitución, deberían ir encaminadas a castigar a la persona que se prostituye	1.45	1.050

Puntuaciones: 1 = Total Desacuerdo, 2 = En Desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni desacuerdo, 4 = De Acuerdo, 5 = Total Acuerdo.

() = ítems inversos. Puntuaciones más elevadas indican Prohibicionismo y más bajas posturas más legalizacionistas.*

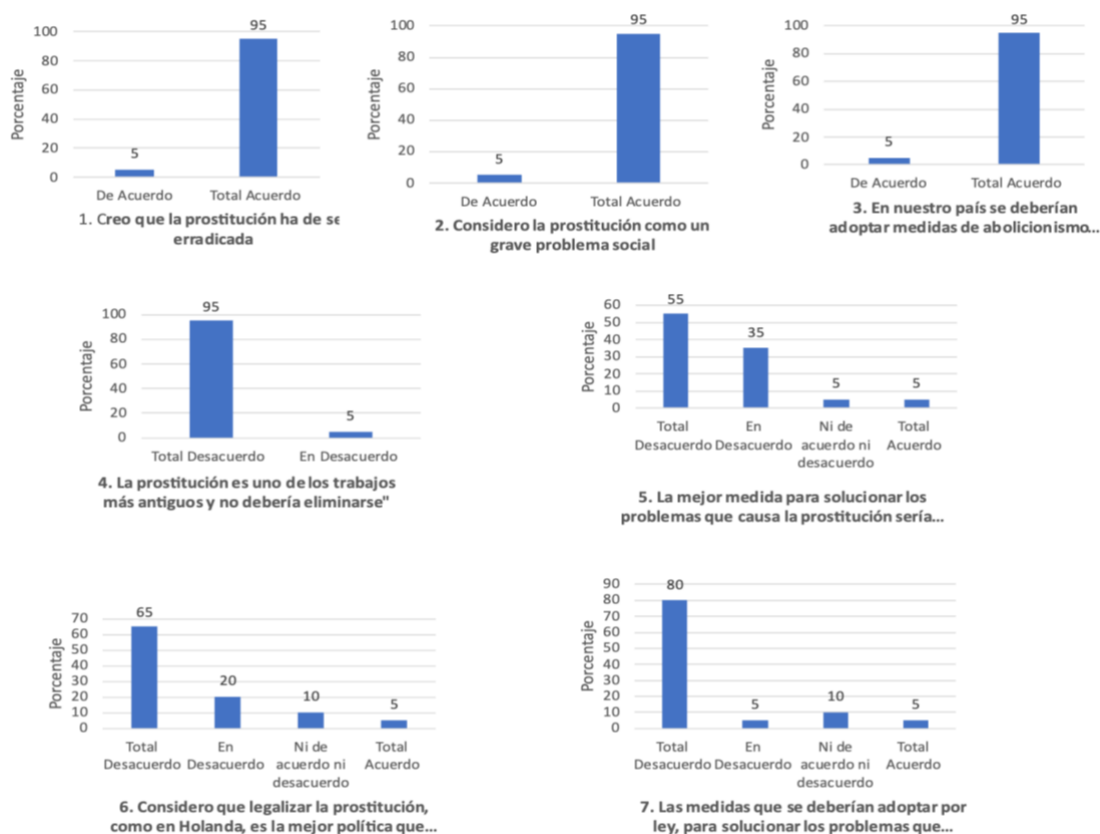


Figura 1. Distribución de respuestas de ítems Legalización-Prohibicionismo

Puntuaciones: 1 = Total Desacuerdo, 2 = En Desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni desacuerdo, 4 = De Acuerdo, 5 = Total Acuerdo.

4.1.2. Abolicionismo

Las respuestas reflejan un consenso general hacia el acuerdo o total acuerdo con las afirmaciones abolicionistas, lo que indica que los participantes parecen ver la prostitución en gran medida como una forma de violencia de género y sinónimo de esclavitud sexual. En todos los ítems la media es ≥ 4.70 (Tabla 2) y destacan las puntuaciones más elevadas de ítems como “apoyo la abolición de la prostitución porque es sinónimo de esclavitud sexual” (ítem 10) y que “la prostitución debería abolirse porque es una forma de violencia de género”. En cuanto al análisis de frecuencias, destaca la postura de “ni acuerdo y ni desacuerdo” expresada por un individuo en los ítems 8 y 10, y “en desacuerdo” con el ítem 12 (Figura 2).

Tabla 2. Subescala Abolicionismo

Ítems	M	DS
8. La prostitución debería abolirse porque es una forma de violencia de género	4,80	,523
9. Estoy a favor de abolir la prostitución porque mantiene a quienes la ejercen en una situación de pobreza y exclusión social	4,75	,444
10. Apoyo la abolición de la prostitución porque es sinónimo de esclavitud sexual	4,85	,489
12. Las medidas legales deben ir encaminadas a perseguir a los clientes y proteger a las prostitutas	4,70	,733

Puntuaciones: 1 = Total Desacuerdo, 2 = En Desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni desacuerdo, 4 = De Acuerdo, 5 = Total Acuerdo.

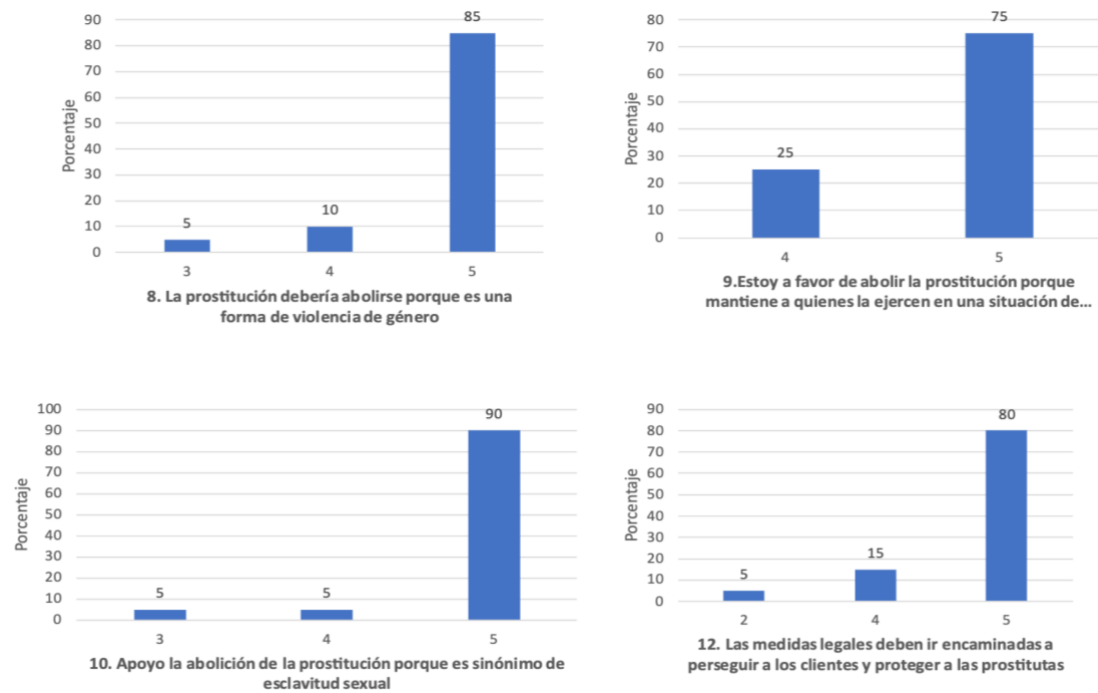


Figura 2. Distribución de respuestas de ítems Abolición

Puntuaciones: 1 = Total Desacuerdo, 2 = En Desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni desacuerdo, 4 = De Acuerdo, 5 = Total Acuerdo.

4.1.3. Prohibicionismo

Esta subescala refleja opiniones más prohibicionistas, el rango de medias de los ítems oscila entre 3.90 y 4.60 indicando una inclinación hacia el acuerdo con las afirmaciones de prohibición total de la prostitución, asociándola con delitos y problemas morales y de salud (Tabla 3). Dentro de ese espectro, el ítem que recibió la puntuación más elevada fue “la prostitución debería prohibirse porque es un acto delictivo” (ítem 13), mientras la menor puntuación fue el ítem 16 (“estoy a favor de prohibir la prostitución porque es ofensiva para los valores morales de la sociedad”). En el análisis de frecuencias se mostró que una persona se posicionó en “total desacuerdo” con este último ítem (Figura 3) y que en el ítem 15 (“apoyo la prohibición de la prostitución porque incrementa las enfermedades de transmisión sexual”), 15% están en “En Desacuerdo” y 15 % en “Ni de acuerdo ni desacuerdo”.

Tabla 3. Subescala Prohibicionismo

Ítems	M	DS
13. La prostitución debería prohibirse porque es un acto delictivo	4.60	.754
14. La prostitución debería prohibirse porque es un delito que siempre va acompañado de otros delitos: tráfico de drogas, robos, etc.	4.25	1.118
15. Apoyo la prohibición de la prostitución porque incrementa las enfermedades de transmisión sexual	4.00	1.124
16. Estoy a favor de prohibir la prostitución porque es ofensiva para los valores morales de la sociedad	3.90	1.334

Puntuaciones: 1 = Total Desacuerdo, 2 = En Desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni desacuerdo, 4 = De Acuerdo, 5 = Total Acuerdo.

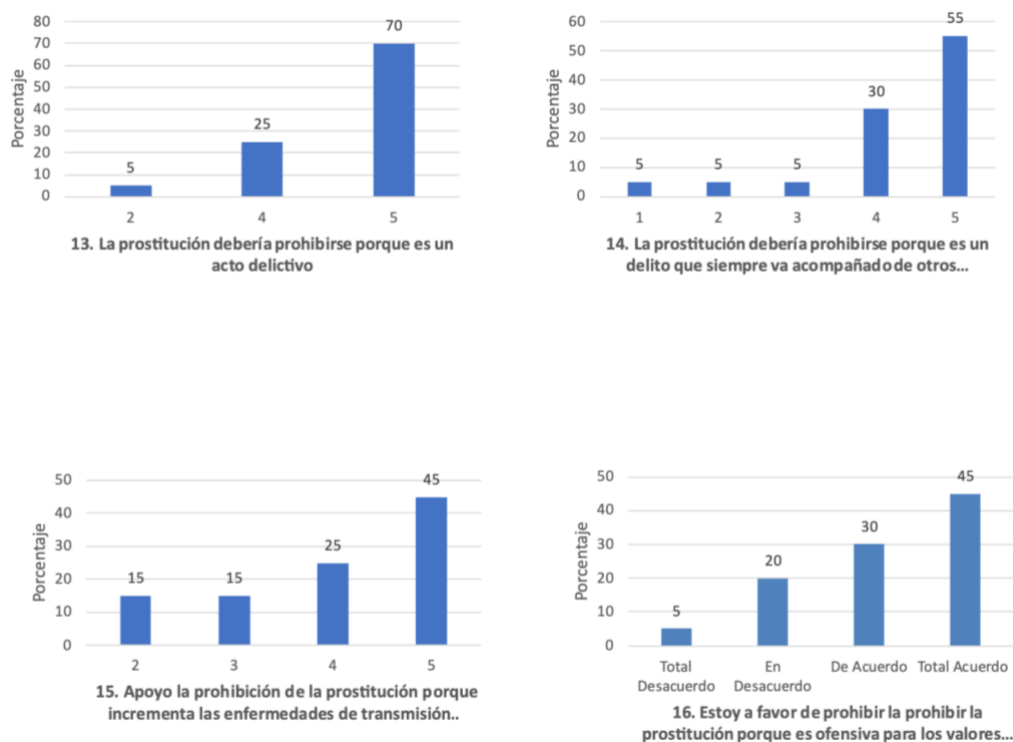


Figura 3. Distribución de respuestas de ítems Prohibicionismo

Puntuaciones: 1 = Total Desacuerdo, 2 = En Desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni desacuerdo, 4 = De Acuerdo, 5 = Total Acuerdo.

4.1.4. Legalización

En el caso de las posturas legacionistas, las medias de todos los ítems son inferiores a 2 indicando un total o bastante desacuerdo (Tabla 4), destaca el ítem 20 (“apoyo la regulación de la prostitución porque es otra actividad económica más”) de media más baja, y el ítem 17 (“estoy a favor de la regularización de la prostitución ya que no se puede comparar con la trata de personas”) con media de 1.55. En el análisis de frecuencias se muestran respuestas de “ni acuerdo, ni desacuerdo” y de “total acuerdo” en este último ítem (Figura 4).

Tabla 4. Subescala Legalización

Ítems	M	DS
17. Estoy a favor de la regularización de la prostitución ya que no se puede comparar con la trata de personas	1.55	.999
18. La prostitución debe regularizarse porque es una actividad libremente ejercida y autogestionada	1.30	.571
19. La prostitución debe regularizarse como cualquier otra actividad laboral	1.25	.444
20. Apoyo la regulación de la prostitución porque es otra actividad económica más	1.20	.410

Puntuaciones: 1 = Total Desacuerdo, 2 = En Desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni desacuerdo, 4 = De Acuerdo, 5 = Total Acuerdo.

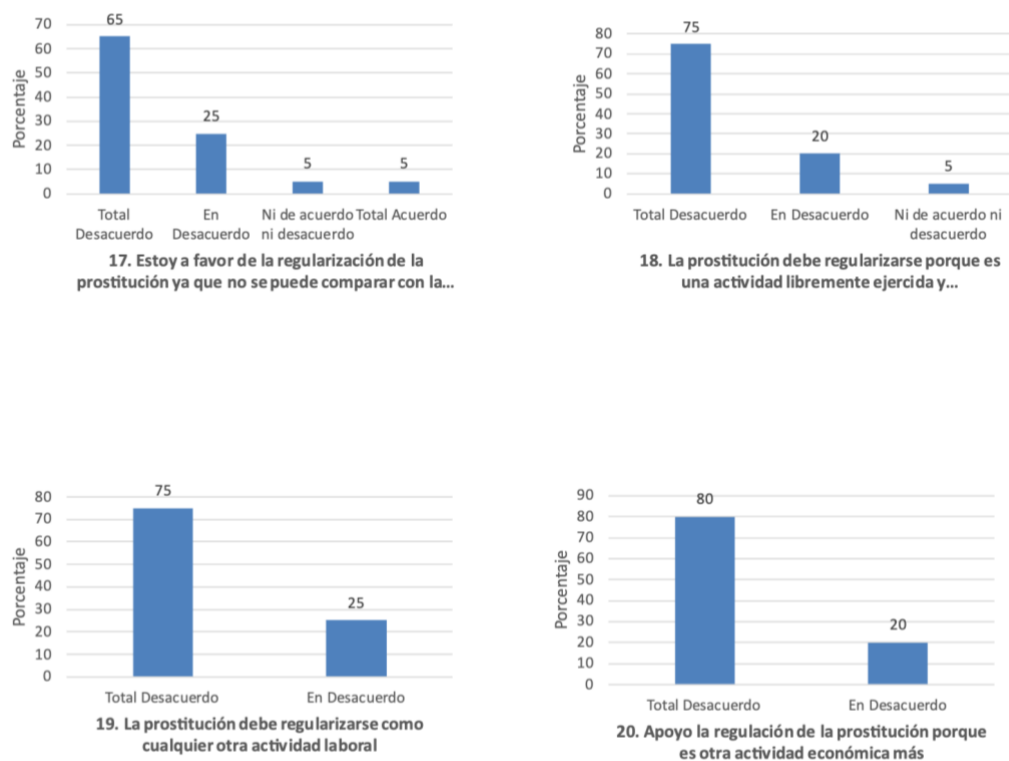


Figura 4. Distribución de respuestas de ítems Legalizacionismo

Puntuaciones: 1 = Total Desacuerdo, 2 = En Desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni desacuerdo, 4 = De Acuerdo, 5 = Total Acuerdo.

En el análisis de las medias totales de las subescalas, una media de 3.90 ($dt=.16776$) sugiere una tendencia general respecto de posturas más prohibicionistas, que se confirma con la media de 4.19 ($dt=.84633$) de acuerdo con las afirmaciones de prohibición total de la prostitución, asociada a delitos y problemas morales y de salud. Por su parte, la media de 4.77 ($dt=.37958$) y de 1.32 ($dt=.50066$) muestra la tendencia de mayor acuerdo con afirmaciones abolicionistas y de claro desacuerdo con respecto a las afirmaciones legalizacionistas, respectivamente (Tabla 5).

Tabla 5. Puntuaciones Totales Posturas hacia la Prostitución

	M	DS
Subescala Legalizacionismo-Prohibicionismo	3.90	.16776
Subescala Abolicionismo	4.77	.37958
Subescala Prohibicionismo	4.19	.84633
Subescala Legalizacionismo	1.32	.50066

Puntuaciones: 1 = Total Desacuerdo, 2 = En Desacuerdo, 3 = Ni de acuerdo ni desacuerdo, 4 = De Acuerdo, 5 = Total Acuerdo.

4.2. Actitudes ante la Trata con Fines de Explotación Sexual

4.2.1. Actitudes hacia la Capacidad de Abandonar la Trata

Los ítems exploran la percepción de la capacidad de las víctimas para abandonar su situación de trata. Destacan las repuestas de “total o bastante en desacuerdo” con afirmaciones como “tener capacidad para abandonar la situación” (ítem 1) o “elegir ser víctima de trata” (ítems 3 y 4). En cuanto al análisis de frecuencias de respuestas, en el ítem 5, aunque el 80% de los participantes

están totalmente o bastante en desacuerdo con la afirmación de que “una víctima de trata con fines de explotación sexual puede acudir a la policía, pero elige no hacerlo”, un 15% están de acuerdo con esta afirmación y una persona no se posiciona (Tabla 6).

Tabla 6. Subescala Actitudes capacidad abandonar la trata

Ítems	M	DS
1. Una víctima de trata con fines de explotación sexual tiene la capacidad de abandonar la situación en la que se encuentra.	1.20	.523
2. Una persona no elige ser víctima de trata con fines de explotación sexual. (*)	5.60	1.188
3. Algunas mujeres eligen ser víctimas de la trata con fines de explotación sexual.	1.05	.22361
4. Algunas niñas eligen ser víctimas de la trata con fines de explotación sexual.	1.05	.22361
5. Una víctima de trata con fines de explotación sexual puede acudir a la policía, pero elige no hacerlo.	2.15	1.6311

Puntuaciones: 1 - Totalmente en Desacuerdo, 2 - Bastante en Desacuerdo, 3 - Algo en Desacuerdo, 4 - Algo de Acuerdo, 5 - Bastante de Acuerdo, 6 - Totalmente de Acuerdo. (*) = ítems inversos.

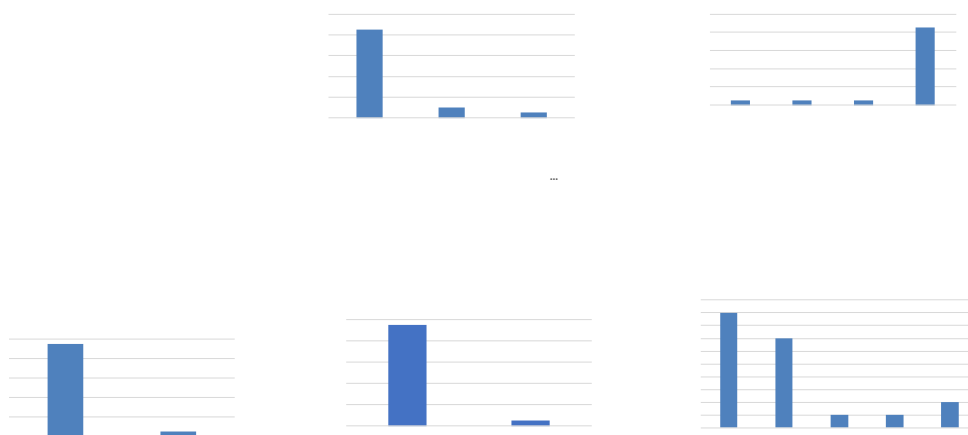


Figura 5. Distribución de respuestas de ítems Capacidad de abandonar la trata

4.2.2. Conocimiento sobre la Trata de Personas con Fines de Explotación Sexual

Sobre el conocimiento de la situación de las personas víctimas de trata, en todos los ítems la media es mayor de 5 indicando estar bastante o totalmente de acuerdo con afirmaciones representativas de una situación de trata (Tabla 7). Cabe destacar que el rango de puntuaciones medias oscila entre 5.65 en el ítem 11 (“una persona es víctima de trata con fines de explotación sexual cuando es engañada para emplearla en la industria del sexo”), y es de un 5.40 en el ítem 10 (“una persona es víctima de trata con fines de explotación sexual si es secuestrada y empleada en la industria del sexo”).

Tabla 7. Subescala: Conocimiento sobre trata con fines de explotación

Ítems	M	DS
10. Una persona es víctima de trata con fines de explotación sexual si es secuestrada y empleada en la industria del sexo.	5.40	1.231
11. Una persona es víctima de trata con fines de explotación sexual cuando es engañada para emplearla en la industria del sexo.	5.65	.671
12. Una persona es víctima de la trata con fines de explotación cuando alguien recurre a la coacción para obligarla a trabajar en la industria del sexo.	5.60	.821
13. Una prostituta puede ser objeto de trata con fines de explotación sexual si se le prohíbe abandonar su actividad.	5.50	.827

Puntuaciones: 1 - Totalmente en Desacuerdo, 2 - Bastante en Desacuerdo, 3 - Algo en Desacuerdo, 4 - Algo de Acuerdo, 5 - Bastante de Acuerdo, 6 - Totalmente de Acuerdo.

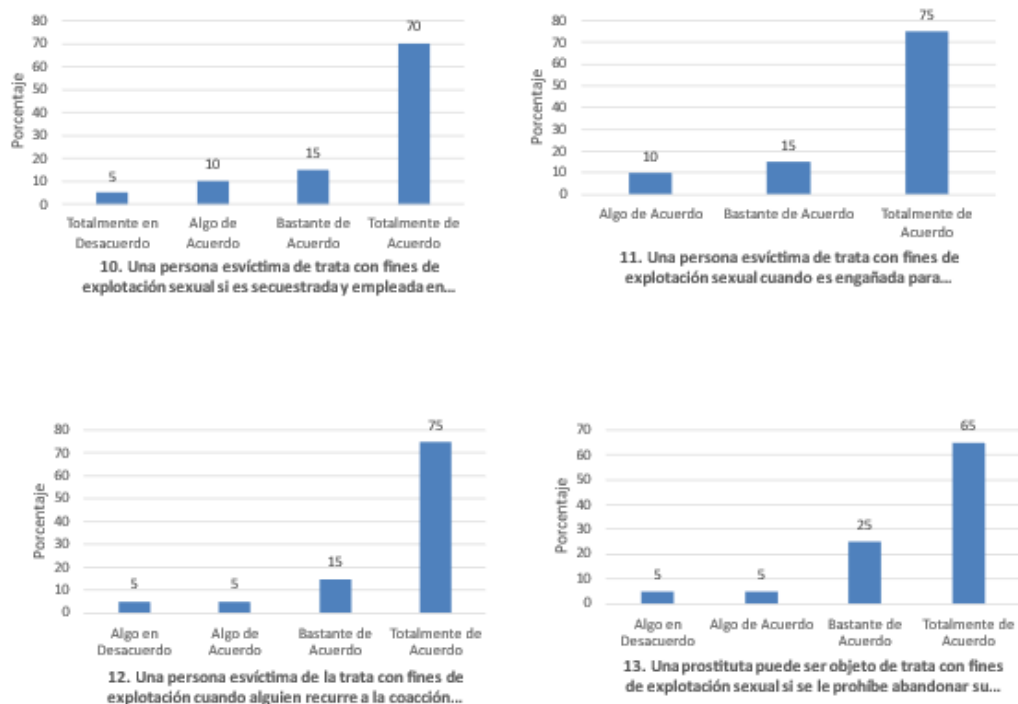


Figura 6. Distribución de respuestas de ítems Conocimiento sobre la trata

4.2.3. Sensibilización sobre la Trata de Personas con Fines Sexuales

El rango de medias de los ítems en esta subescala oscila entre 2.55 y 4.30 (Tabla 8) siendo el ítem de puntuación más elevada “he leído sobre la trata sexual” (ítem 23) y el de menor puntuación “no estoy informado/a sobre la trata sexual.” (ítem 25). Además, respecto del análisis de frecuencias, el 75% de los participantes no han visto anuncios de concienciación pública sobre la trata sexual (ítem 24).

Tabla 8. Subescala: Sensibilización trata con fines sexuales

Ítems	M	DS
22. He oído hablar de la trata sexual en las noticias.	3.20	1.473
23. He leído sobre la trata sexual.	4.30	1.380
24. He visto anuncios de concienciación pública sobre la trata sexual.	2.60	1.392
25. No estoy informado/a sobre la trata sexual. (*)	2.55	1.57196

Puntaciones: 1 - Totalmente en Desacuerdo, 2 - Bastante en Desacuerdo, 3 - Algo en Desacuerdo, 4 - Algo de Acuerdo, 5 - Bastante de Acuerdo, 6 - Totalmente de Acuerdo.

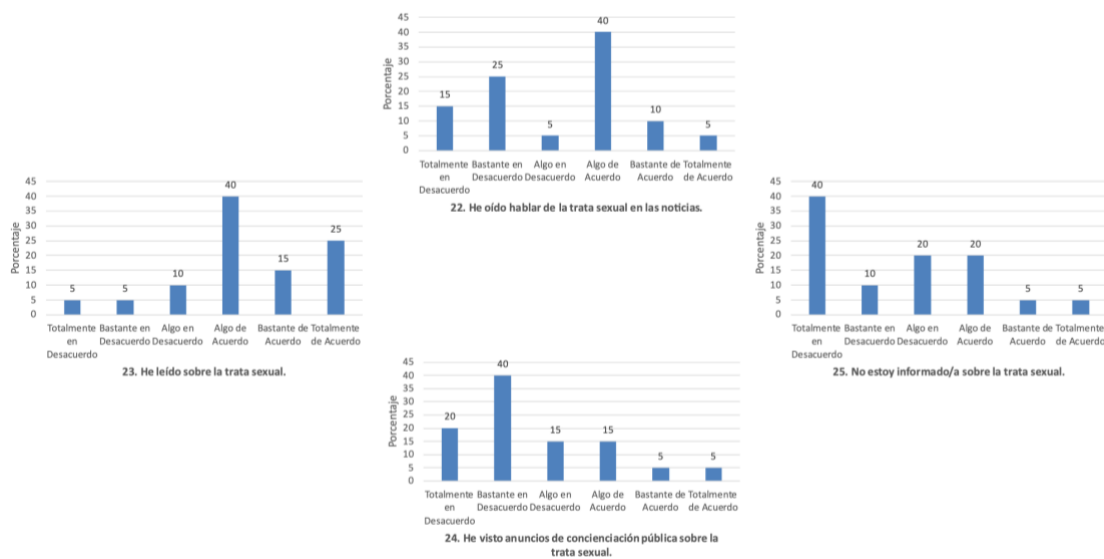


Figura 7. Distribución de respuestas de ítems Sensibilización sobre la trata

4.2.4. Actitudes de Ayudar hacia las Supervivientes

En cuanto a la ayuda hacia las supervivientes, el rango de medias de los ítems oscila entre 2.85 y 3.00, representando respuestas de “bastante o algo en desacuerdo” con la prestación de ayuda paternalista. (Tabla 9). El ítem de puntuación más elevada refiere que “si es por el propio bien de la víctima, una persona ajena debe hacer lo que sea necesario para tomar decisiones por ella” (ítem 19) y el de menor puntuación “una persona ajena a la víctima debe hacer lo que crea que es mejor para ella a largo plazo, aunque la víctima se oponga” (ítem 21). Pero cabe destacar que, el análisis de frecuencias muestra otros porcentajes significativos, como que un 35% de los participantes muestra algún grado de acuerdo con afirmaciones como las del ítem 19, un 40% con las del ítem 20 y un 45% con la del ítem 21.

Tabla 9. Subescala Actitudes de ayudar a los sobrevivientes

Ítems	M	DS
19. Si es por el propio bien de la víctima, una persona ajena debe hacer lo que sea necesario para tomar decisiones por ella.	3.00	1.683
20. Una persona ajena debe tomar todas las decisiones que sean necesarias sobre la vida diaria de una persona víctima de la trata cuando dicha persona no parece preocuparse por lo que se hace.	2.90	1.683
21. Una persona ajena a la víctima debe hacer lo que crea que es mejor para ella a largo plazo, aunque la víctima se oponga.	2.85	1.814

Puntaciones: 1 - Totalmente en Desacuerdo, 2 - Bastante en Desacuerdo, 3 - Algo en Desacuerdo, 4 - Algo de Acuerdo, 5 - Bastante de Acuerdo, 6 - Totalmente de Acuerdo.

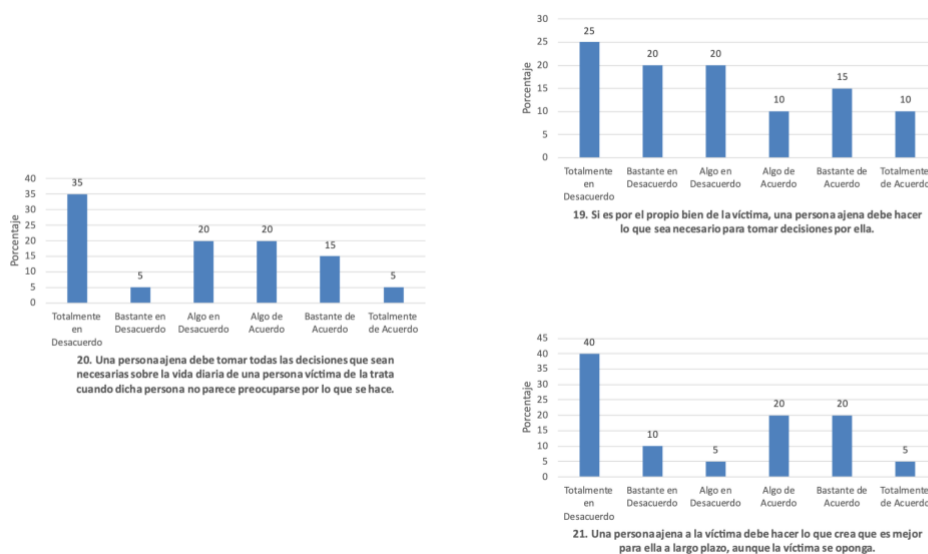


Figura 8. Distribución de respuestas de ítems Ayudar a los sobrevivientes

4.2.5. Eficacia para Reducir la Trata Sexual

Las medias son elevadas indicando respuestas de “bastante o totalmente de acuerdo” con todas las afirmaciones de los ítems de esta subescala (Tabla 10).

Tabla 10. Subescala Eficacia para reducir la trata sexual

Ítems	M	DS
6. Puedo cambiar la situación de las víctimas de trata con fines de explotación sexual.	4.50	1.000
7. Tengo la capacidad de trabajar contra la trata a través de la cooperación política.	4.85	1.040
8. Soy capaz de sensibilizar a la opinión pública sobre la trata sexual.	5.00	1.076
9. Puedo afrontar las desigualdades estructurales y las barreras a las que se enfrentan las víctimas de trata con fines de explotación sexual.	4.45	1.234

Puntaciones: 1 - Totalmente en Desacuerdo, 2 - Bastante en Desacuerdo, 3 - Algo en Desacuerdo, 4 - Algo de Acuerdo, 5 - Bastante de Acuerdo, 6 - Totalmente de Acuerdo.

Destacan en el rango de puntuaciones medias de 4.45 a 5, la del ítem 9 (“puedo afrontar las desigualdades estructurales y las barreras a las que se enfrentan las víctimas de trata con fines de

explotación sexual”) y la del ítem 8 (“soy capaz de sensibilizar a la opinión pública sobre la trata sexual”), respectivamente. Casi todos los participantes, con una frecuencia del 90% muestran algún grado de acuerdo con que reducir la trata sexual puede lograrse mediante la cooperación política.

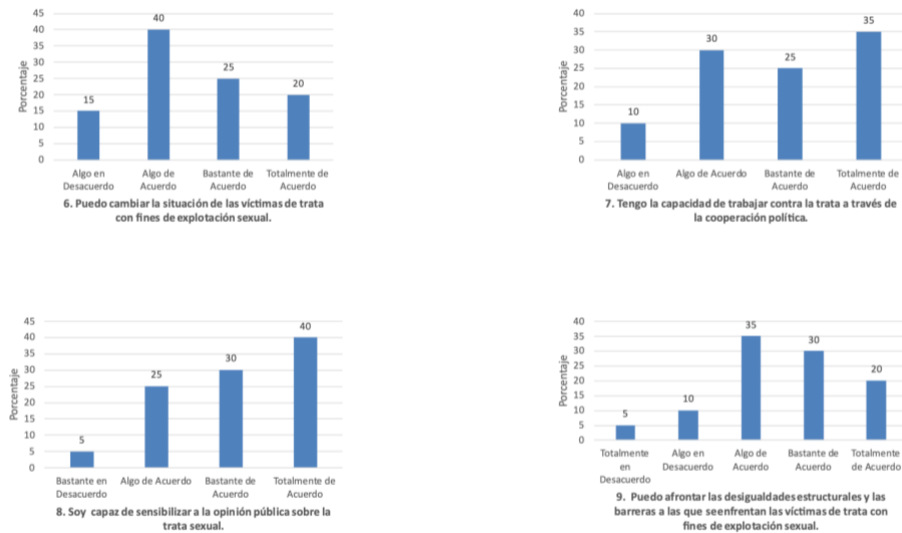


Figura 9. Distribución de respuestas de ítems Eficacia para reducir la trata sexual

4.2.6. Reacciones Empáticas hacia la Trata

Los ítems evalúan las respuestas emocionales y empáticas hacia la trata sexual. Destacan las puntuaciones de acuerdo con ítems como el 14 (“la trata sexual me indigna”) y de desacuerdo con ítems como el 18 (“No me importa mucho la cuestión de la trata con fines de explotación sexual”). La frecuencia de respuestas en los ítems mostró que sólo una persona (5%) indica que el tema no le importa, y a un 10% no le afecta (ítem 17) (Tabla 11).

Tabla 11. Subescala: Reacciones empáticas hacia la trata

Ítems	M	DS
14. La trata sexual me indigna.	5.90	.308
15. Siento empatía con las víctimas de trata con fines de explotación sexual.	5.70	.571
16. Me emociono cuando pienso en las víctimas de trata con fines de explotación sexual.	5.15	1.387
17. La trata con fines de explotación sexual no me afecta emocionalmente. (*)	1.50	1.147
18. No me importa mucho la cuestión de la trata con fines de explotación sexual. (*)	1.60	1,231

Puntuaciones: 1 - Totalmente en Desacuerdo, 2 - Bastante en Desacuerdo, 3 - Algo en Desacuerdo, 4 - Algo de Acuerdo, 5 - Bastante de Acuerdo, 6 - Totalmente de Acuerdo. (*) = ítems inversos.

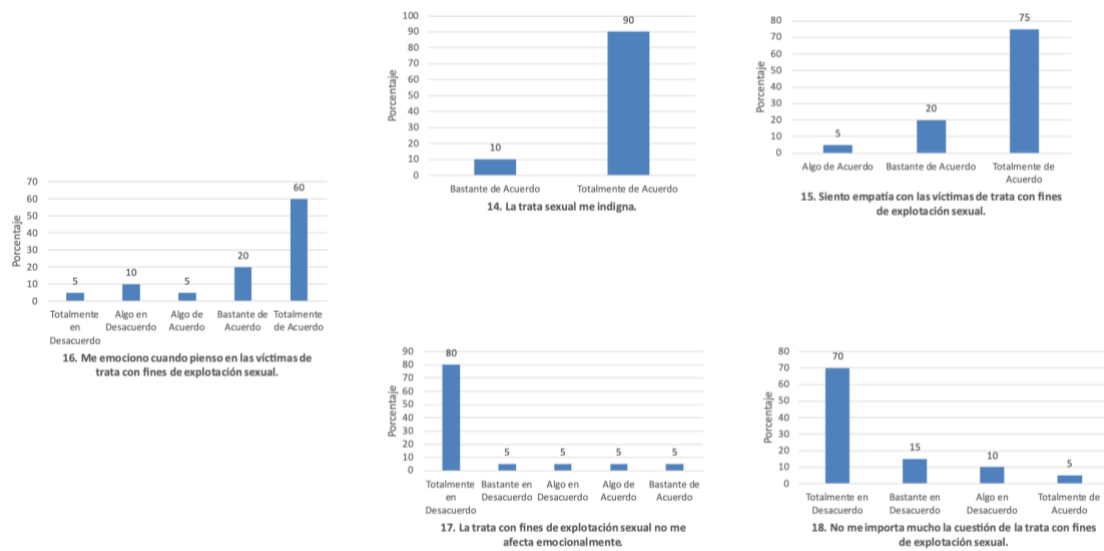


Figura 10. Distribución de respuestas de ítems Reacciones empáticas

En las puntuaciones totales de las subescalas de Actitudes hacia la trata con fines de explotación sexual, los resultados muestran que la media de 1.37 ($dt=.46009$) sugiere un consenso general de que las víctimas no tienen control o capacidad para abandonar estas situaciones por sí mismas. Conforme a esto, la media de 5.54 ($dt=.74901$) corrobora que los participantes tienen un buen nivel de conocimiento y conciencia sobre las diferentes formas en que puede manifestarse la trata sexual. Por su parte, la media de 3.64 ($dt=1.14270$) indicaría un nivel moderado de sensibilización mostrando cierta variabilidad entre los encuestados, a la vez que, la media de 2.92 ($dt=1.70268$) muestra cierto desacuerdo con actitudes de ayuda paternalistas hacia las supervivientes. Finalmente, la media de 4.70 ($dt=.93401$) y de 5.30 ($dt=.66893$) sugieren una alta eficacia percibida para contribuir a la lucha contra la trata sexual y una fuerte reacción de empatía hacia las víctimas de trata. (Tabla 12).

Tabla 12. Puntuaciones Totales Subescalas Actitudes hacia la Trata

	M	DS
Actitudes hacia la capacidad de abandonar la trata	1.37	.46009
Conocimiento sobre la trata de personas con fines de explotación sexual	5.54	.74901
Sensibilización sobre la trata de personas con fines sexuales	3.64	1.14270
Actitudes de ayudar a los sobrevivientes	2.92	1.70268
Eficacia para reducir la trata sexual	4.70	.93401
Reacciones empáticas hacia la trata de personas	5.30	.66893

Puntuaciones: 1 - Totalmente en Desacuerdo, 2 - Bastante en Desacuerdo, 3 - Algo en Desacuerdo, 4 - Algo de Acuerdo, 5 - Bastante de Acuerdo, 6 - Totalmente de Acuerdo.

5. Conclusiones

Los resultados obtenidos en este estudio proporcionan una visión significativa sobre las actitudes y percepciones de profesionales en relación con la prostitución y la trata de personas con fines de explotación sexual. A través de las diferentes subescalas aplicadas, se ha revelado una tendencia general hacia posturas más prohibicionistas y abolicionistas en cuanto a la prostitución. La media de 3.90 en la subescala Legalizacionismo-Prohibicionismo y de 4.77 en la subescala

Abolicionismo reflejan un consenso en ver la prostitución mayormente como una forma de violencia de género y un sinónimo de esclavitud sexual. Por otro lado, en la Subescala Prohibicionismo, con una media de 4.19, se observa una inclinación hacia el acuerdo con afirmaciones de prohibición total de la prostitución, asociándola con delitos y problemas morales y de salud.

En cuanto a la Escala de Actitudes ante la Trata Sexual (EATS), los resultados indican un reconocimiento general de que las víctimas de trata sexual carecen de control o capacidad para abandonar estas situaciones por sí mismas. También resaltan la necesidad de un enfoque más comprensivo y menos paternalista en la ayuda a las víctimas. Además, se observa un buen nivel de manejo de información de los profesionales sobre la trata de personas con fines de explotación sexual, destacando el hecho de reconocer la manipulación, el engaño y la coacción como medios fundamentales a través de los cuales las mujeres son introducidas y mantenidas en situaciones de explotación sexual. Por otra parte, los resultados de la escala de sensibilización señalan déficits significativos en la sensibilización por parte de medios públicos y campañas de concienciación. Estos hallazgos subrayan la importancia de fortalecer las estrategias de comunicación y educación sobre la trata sexual, poniendo énfasis en la necesidad de diversificar los medios y canales a través de los cuales se difunde información relevante y se fomenta la concienciación pública. Cierta variabilidad en algunas de las respuestas de estos profesionales también indica que las experiencias y el nivel de exposición a información sobre la trata sexual pueden variar ampliamente, lo cual debe ser considerado al diseñar e implementar programas de formación y sensibilización en este ámbito. Aun así, los resultados sobre la Eficacia para Reducir la Trata Sexual indican que los profesionales se sienten capacitados y preparados para contribuir activamente en la lucha contra la trata sexual. Es notable que, también, casi todos ellos consideran que el éxito en esta lucha depende en gran medida de la cooperación política. Estos resultados señalan la percepción de que, si bien la implicación individual de los profesionales es importante, la colaboración y el compromiso a nivel político es fundamental para lograr avances significativos en la erradicación de la trata sexual.

A modo de **resumen final**, los profesionales que han participado evidencian una marcada inclinación hacia posiciones legales prohibicionistas y abolicionistas acompañadas de un rechazo a la legalización de la prostitución. Esta tendencia se manifiesta en una percepción negativa de la prostitución, fuertemente asociada con la violencia de género, delitos, y problemas de salud y morales. Las respuestas obtenidas reflejan una visión predominante que considera la prostitución no solo como un problema social, sino también como un asunto que concierne a la ética y la salud pública. En el caso de la percepción sobre las víctimas de trata con fines de explotación sexual, los profesionales perciben que éstas tienen una capacidad limitada para salir de su situación, que es coherente con un elevado nivel de conocimiento sobre la trata. Estos profesionales también reflejan estar en cierto modo sensibilizados con el tema, evitando actitudes paternalistas de ayuda a las víctimas, confianza en sus capacidades para contribuir a la lucha contra la trata con respuestas de elevada empatía.

6. Referencias

- Bonache, Helena, Delgado, Naira, Pina, Afrodití, & Hernández-Cabrera, Juan A. (2021). Prostitution policies and attitudes toward prostitutes. *Archives of Sexual Behavior*, 50(5), 1991–2006. <https://doi.org/10.1007/s10508-020-01891-9>
- De Miguel Álvarez, Ana. (2014). **La prostitución de mujeres, una escuela de desigualdad humana. Dilemata Año 6 nº 16.** 7-30.
- Herrero-Villoria, Cristina., Picornell-Lucas, Antonia, & Patino-Alonso, Carmen. (2022). Cultural Adaptation and Validation into Spanish of the Scale to Measure Attitudes Towards the Sex

Trafficking of Women and Girls in Students of the University of Salamanca. Violence Against Women, 28(12-13), 3242-3265. <https://doi.org/10.1177/10778012211038971>

Plan Estratégico Nacional contra la Trata y la Explotación de Seres Humanos. Ministerio del Interior. Gobierno de España. Centro de Inteligencia contra el Terrorismo y el Crimen Organizado (CITCO). https://www.interior.gob.es/opencms/pdf/prensa/balances-e-informes/2021/220112_Plan_nacional_TSH_PENTRA_FINAL_2021_2023.pdf

Valor-Segura, Inmaculada. Expósito, Francisca y Moya, Miguel. (2011). Attitudes toward Prostitution: Is it as ideological issue? The European Journal of Psychology: Applied to Legal Context, 3 (2). 159-176.

El Distintivo “Igualdad en la Empresa” (DIE): Un Sello de Excelencia en la Promoción de la Igualdad de Género

José Antonio Caverio Rubio
Mónica González Morales
Jorge Ripoll Soriano

*Departamento de Estudios Económicos y Financieros
Universidad Miguel Hernández de Elche*

1. Introducción

En un mundo donde la igualdad de género es cada vez más reconocida como un pilar fundamental del desarrollo social y económico, es esencial que las empresas jueguen un papel activo en la promoción de políticas inclusivas. En España, el Distintivo “Igualdad en la Empresa” (DIE), otorgado por el Ministerio de Igualdad desde 2009, se erige como un símbolo de excelencia para aquellas organizaciones que demuestran un compromiso genuino con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el entorno laboral. La creación de este Distintivo es un signo del compromiso de España con la equidad de género, evaluando áreas como empleo, poder político, salud y cuidados y sin duda, ha contribuido al progreso del país en materia de igualdad. Según el Índice Europeo de Igualdad de Género de 2023, España se encuentra en el cuarto puesto en la Unión Europea con 76,4 puntos sobre 100, superando la media de la UE (70,2) y mejorando dos puestos respecto a 2020.

Como argumentan Fiona Macdonald y Sara Charlesworth (2021) en su investigación, es crucial que los gobiernos intervengan para asegurar empleos de calidad y bien regulados, especialmente en sectores altamente feminizados. En este sentido, el DIE fue creado por el gobierno español para fomentar la igualdad de género en todos los sectores. Se otorga anualmente a las empresas que destacan por sus políticas de igualdad de género, las cuales son evaluadas de manera exhaustiva y rigurosa. El objetivo es doble: por un lado, premiar a las empresas que ya están haciendo un esfuerzo significativo y, por otro, establecer un estándar de buenas prácticas que sirva de inspiración para otras organizaciones.

2. Requisitos y Evaluación para Obtener el Distintivo “Igualdad en la Empresa”

Para recibir este Distintivo, las empresas deben demostrar que han implementado políticas integrales y efectivas que promuevan la igualdad de género. Uno de los aspectos evaluados es la existencia de un plan de igualdad bien definido, que debe incluir medidas concretas para abordar y reducir la brecha de género en todos los niveles de la organización. Este plan no solo debe ser exhaustivo, sino también estar en constante revisión y mejora para adaptarse a las necesidades cambiantes del entorno laboral.

Se presta especial atención a los programas de formación y sensibilización en materia de igualdad de género que las empresas dirigen a su personal. Estas iniciativas son fundamentales para crear una cultura corporativa que valore y respete la igualdad. La formación en igualdad de género debe abarcar desde cursos sobre liderazgo inclusivo hasta talleres sobre sesgos inconscientes, ya que,

como indican Katherine L. Milkman et al. (2015), tanto las decisiones sobre contratación y ascensos como las decisiones para apoyar a las mujeres en sus carreras están influenciadas por sesgos de género. Con estos cursos se pretende asegurar que todos los empleados, independientemente de su posición, estén al tanto de la importancia de la igualdad de género y sepan cómo contribuir a ella.

Otro aspecto clave para la obtención del DIE es la implementación de medidas de conciliación que faciliten el equilibrio entre la vida laboral y personal. Estas medidas deben diseñarse para promover la igualdad de género y evitar que la carga desigual del trabajo doméstico y de cuidados recaiga únicamente sobre las mujeres (María Del Pilar Hernández Limonchi y Olga Salido Cortés, 2020). Las empresas deben ofrecer opciones como horarios flexibles, teletrabajo y permisos parentales, que son esenciales para garantizar que tanto hombres como mujeres puedan cumplir con sus responsabilidades familiares sin sacrificar sus carreras profesionales. Estas políticas benefician a los empleados y pueden resultar en un aumento de la productividad y la lealtad hacia la empresa (Chandra Sekhar y Manoj Patwardhan, 2023).

Por otra parte, si bien se ha conseguido un gran avance, todavía existe una infrarrepresentación de las mujeres en puestos directivos y son necesarias políticas para facilitar su ascenso y una mayor transparencia en las brechas salariales de género (Mark Westcott, 2021). Según datos del Ministerio de Igualdad (2024), las mujeres ganan anualmente 5.212€ menos que los hombres. El DIE también reconoce a aquellas empresas que garantizan igualdad de oportunidades en el acceso a puestos de responsabilidad y liderazgo e igualdad salarial. Esto contribuye a un entorno laboral más justo al tiempo que enriquece la toma de decisiones con una mayor diversidad de perspectivas (Kevin Campbell y Antonio Mínguez-Vera, 2010).

La prevención del acoso sexual y por razón de género en el lugar de trabajo es otro criterio fundamental para la obtención del DIE. Las empresas deben contar con políticas claras y efectivas para prevenir, detectar y actuar ante cualquier caso de acoso. Estas políticas deben incluir procedimientos de denuncia confidenciales y mecanismos de apoyo para las víctimas, asegurando un entorno de trabajo seguro y respetuoso para todos.

3. Ventajas y beneficios del Distintivo “Igualdad en la Empresa”

El Distintivo “Igualdad en la Empresa” ofrece múltiples beneficios a las organizaciones galardonadas. En primer lugar, el reconocimiento público que conlleva puede mejorar significativamente la reputación de la empresa, posicionándola como líder en igualdad de género y atrayendo tanto a clientes como a talentos que valoran estas prácticas. Las políticas de igualdad y conciliación son cada vez más valoradas por los empleados, especialmente por las generaciones más jóvenes que buscan trabajar en entornos inclusivos y equitativos. Al adoptar y promover estas políticas, las empresas fomentan un ambiente de trabajo más motivador y productivo (Chandra Sekhar y Manoj Patwardhan, 2023). Además, el DIE puede representar una ventaja competitiva para las empresas en la obtención de subvenciones y contratos públicos, ya que muchas instituciones valoran y priorizan a las organizaciones comprometidas con la igualdad (José Antonio Cavero-Rubio et al., 2019).

Más allá de los beneficios directos para las empresas, el DIE también tiene un impacto positivo en la sociedad en general. Al reconocer y visibilizar las mejores prácticas en igualdad de género, contribuye a crear una cultura empresarial más inclusiva y equitativa. Las empresas galardonadas se convierten en referentes y modelos a seguir, alentando a otras organizaciones a implementar políticas similares y ampliando así el alcance de las iniciativas de igualdad.

Este efecto multiplicador promueve una sociedad más justa y equitativa. La igualdad de género en el ámbito laboral además de mejorar la vida de las mujeres también beneficia a la economía en su conjunto, al aprovechar plenamente el talento y las capacidades de toda la población. Las empresas que adoptan políticas de igualdad suelen experimentar mejoras en la productividad, innovación y satisfacción del personal, lo que a su vez contribuye a un crecimiento económico más sostenible y equilibrado.

En definitiva, el Distintivo “Igualdad en la Empresa” representa un avance significativo hacia la equidad de género en el ámbito laboral, ofreciendo beneficios tangibles tanto para las empresas como para la sociedad en general. Sin embargo, es importante reconocer que, aunque promueva prácticas inclusivas y genere impactos positivos, no puede resolver por completo la compleja problemática de la desigualdad de género. Persisten desafíos estructurales y culturales que requieren medidas adicionales y cambios sistémicos más profundos para lograr una verdadera igualdad de oportunidades. Además, la implementación del DIE no garantiza automáticamente un entorno completamente libre de sesgos o discriminación. Por lo tanto, es crucial que las empresas continúen evaluando y mejorando sus políticas de igualdad de género de manera continua y reflexiva, adaptándolas a las necesidades cambiantes y desafiando las barreras persistentes que aún enfrentan las mujeres en el lugar de trabajo.

4. Referencias

- Campbell, Kevin, and Mínguez-Vera, Antonio. (2010). Female board appointments and firm valuation: Short and long-term effects. *Journal of Management & Governance*, 14, 37-59.
- Cavero-Rubio, José Antonio, Collazo-Mazón, Antonio, and Amorós-Martínez, Araceli. (2019). Public recognition of gender equality in the workplace and its influence on firms' performance. *Women's Studies International Forum*, 76, 102273.
- Limonchi, María Del Pilar Hernández, and Cortés, Olga Salido. (2020). Estudio comparativo sobre las medidas de conciliación trabajo-familia: España-México. *GénEroos. Revista de Investigación Y Divulgación sobre los Estudios de Género*, 28, 195-218.
- Macdonald, Fiona, and Charlesworth, Sara. (2021). Regulating for gender-equitable decent work in social and community services: Bringing the state back in. *Journal of Industrial Relations*, 63(4), 477–500.
- Milkman, Katherine L., Akinola, M., and Chugh, Dolly. (2015). What happens before? A field experiment exploring how pay and representation differentially shape bias on the pathway into organizations. *Journal of Applied Psychology*, 100, 1678–1712.
- Ministerio de Igualdad (2024). Boletín de Igualdad en el Empleo. Recuperado de https://www.igualdadenlaempresa.es/actualidad/boletin/docs/BIE_La_Brecha_Retributiva_Tiempo_De_Cambios_Brecha_Cero.pdf
- Sekhar, Chandra, and Patwardhan, Manoj. (2023). Flexible working arrangement and job performance: The mediating role of supervisor support. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 72(5), 1221-1238.
- Westcott, Mark. (2021). Women specialist managers in Australia – Where are we now? Where to next? *Journal of Industrial Relations* 63(4), 501–521.

La Brecha Salarial de Género: Causas, Consecuencias y Estrategias para Reducirla

Mónica González Morales
José Antonio Caveró Rubio
Araceli Amorós Martínez

*Departamento de Estudios Económicos y Financieros
Universidad Miguel Hernández de Elche*

1. Introducción

La brecha salarial de género es una problemática persistente en la mayoría de las economías del mundo, y España no es la excepción. De acuerdo con los datos del informe “Global Gender Gap 2024”, el país ocupa el puesto 47 en cuanto a igualdad salarial para trabajos similares con una puntuación de 0,688. El ingreso estimado de las mujeres representa el 67,6% del ingreso de los hombres, situando a España en el puesto 52 de 146 países en este indicador. La igualdad salarial para trabajos similares varía notablemente entre los países europeos, con puntuaciones que oscilan entre 0,567 en Polonia y 0,743 en Estonia. A nivel global, la brecha salarial se mantiene considerable, con variaciones significativas entre diferentes países y regiones.

Este fenómeno, que refleja las diferencias en los ingresos entre hombres y mujeres, no solo es una cuestión de desigualdad económica, sino también un indicador de desigualdades estructurales más amplias en la sociedad. En este artículo, se exploran las causas subyacentes de la brecha salarial de género, sus consecuencias y las medidas legislativas y organizacionales necesarias para su reducción.

2. Causas de la Brecha Salarial de Género

La brecha salarial de género resulta de una combinación de factores interrelacionados que incluyen la segregación ocupacional, la discriminación directa e indirecta, y las diferencias en la carga de trabajo no remunerado (Joanne K. Lindley, 2016).

En primer lugar, la segregación ocupacional juega un papel clave (Tamar Khitarishvili et al. 2018). Las mujeres y los hombres tienden a estar concentrados en diferentes sectores y ocupaciones, con las mujeres más presentes en roles que tradicionalmente tienen salarios más bajos, como la educación, la salud y los servicios sociales. Esta segregación se debe en parte a estereotipos de género y expectativas sociales que influyen en las elecciones educativas y profesionales desde una edad temprana (Eve F. Fabre et al., 2016).

Además, a pesar de las leyes que prohíben la discriminación salarial, persiste la discriminación directa e indirecta contra las mujeres en el lugar de trabajo, lo que lleva a casos en los que las mujeres ganan menos que los hombres por un trabajo equivalente. La discriminación indirecta es evidente en evaluaciones de desempeño sesgadas y políticas de promoción que tienden a favorecer a los hombres (Andrea Lawlor, 2022; Kasper Lippert-Rasmussen, 2022).

Por último, las mujeres suelen asumir una mayor parte de las responsabilidades domésticas y de cuidado, lo que limita sus oportunidades de empleo y de avance profesional. Esta doble carga

afecta a su disponibilidad para trabajar horas extra o aceptar promociones y perpetúa la idea de que son menos comprometidas con sus carreras (Eveline Hitti et al., 2022).

3. Consecuencias de la Brecha Salarial de Género

La persistencia de la brecha salarial de género tiene múltiples consecuencias negativas tanto a nivel individual como social. A nivel individual, la diferencia salarial acumulada a lo largo de la vida laboral se traduce en menores ingresos de jubilación y pensiones para las mujeres, aumentando el riesgo de pobreza en la tercera edad (Carolina del Ángel Cruz, 2018). Esto es especialmente preocupante en una sociedad con una creciente población envejecida.

A nivel macroeconómico, la desigualdad salarial no solo afecta a las mujeres, sino que también tiene implicaciones para la economía en su conjunto afectando la estabilidad y el crecimiento económico de las naciones. Tal y como señalan distintos informes, cerrar la brecha salarial podría incrementar el GDP de los países de la OCDE en 2 billones de dólares (PwC, 2019) y aumentar el PIB per cápita de la UE en un 2-4% para 2030 (EIGE, 2017).

Finalmente, la brecha salarial refuerza otras formas de desigualdad de género, perpetuando la desventaja de las mujeres en diversos ámbitos de la vida. Esta desigualdad limita el acceso de las mujeres a posiciones de liderazgo y toma de decisiones, lo que se conoce como el “techo de cristal” (Joyce Jacobsen, 2016). Además, afecta negativamente su educación y desarrollo profesional y reduce su acceso a servicios de salud, vivienda y bienestar general. Las mujeres con menores ingresos enfrentan más dificultades para invertir en su formación continua y en oportunidades de crecimiento personal.

4. Políticas y Estrategias para Reducir la Brecha Salarial de Género

Para abordar la brecha salarial de género, es esencial implementar una combinación de medidas legislativas, organizacionales y culturales. Primero, las políticas de transparencia y auditoría salarial son cruciales. Las empresas deben publicar información detallada sobre las estructuras salariales y realizar auditorías salariales periódicas para identificar y corregir las disparidades de género. En España, la Ley 6/2019, de 1 de marzo, de medidas urgentes para garantía de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación, promueve la transparencia salarial al requerir a las empresas con más de 50 empleados que presenten informes salariales y planes de igualdad que incluyan análisis de la brecha salarial de género.

Asimismo, es fundamental que las empresas implementen programas de mentoría y desarrollo profesional dirigidos específicamente a mujeres. Estos programas deben centrarse en preparar a las mujeres para puestos de liderazgo y proporcionarles las habilidades y redes necesarias para avanzar en sus carreras. Iniciativas como el establecimiento de cuotas de género en posiciones directivas, tal y como establece la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, también pueden ser eficaces para garantizar una representación equitativa en todos los niveles de la organización. Esta Ley establece que los consejos de administración de las empresas privadas incluyan al menos un 40% de representación para cada sexo.

Las políticas de conciliación laboral, como permisos parentales igualitarios, horarios de trabajo flexibles y la promoción del teletrabajo, son esenciales para apoyar a las mujeres en el equilibrio entre sus responsabilidades laborales y personales. Igualmente, es fundamental cambiar la cultura organizacional para valorar y normalizar el uso de estas políticas por parte de todos los empleados, independientemente de su género.

Para combatir la brecha salarial de género de manera efectiva, también es necesario abordar los estereotipos de género desde una edad temprana. Los programas educativos deben promover la igualdad de género y desafiar las percepciones tradicionales sobre las carreras "adecuadas" para hombres y mujeres. La inclusión de la igualdad de género en los planes de estudio y la sensibilización en el entorno escolar pueden cambiar las actitudes y expectativas a largo plazo. En el ámbito laboral, la formación en sesgos inconscientes y la sensibilización continua sobre la importancia de la igualdad salarial son también herramientas importantes.

En resumen, el compromiso con la igualdad de género es, sin duda, un imperativo ético, pero también es una estrategia inteligente para el desarrollo económico y social sostenible. Gobiernos y empresas deben trabajar conjuntamente para implementar políticas efectivas que promuevan la igualdad salarial y, en última instancia, un entorno más justo e inclusivo para todas las personas.

5. Referencias

- Del Ángel Cruz, Carolina. (2018). Brecha salarial de género en México. *Pluralidad y Consenso*, 8(35), 114-123.
- European Institute for Gender Equality (2017). Economic Benefits of Gender Equality in the European Union: How Closing the Gender Gaps in Labour Market Activity and Pay Leads to Economic Growth. EIGE. Recuperado de <https://mega.public.lu/dam-assets/fr/actualites/2017/03/etude-EIGE/Economic-benefits-of-gender-equality---briefing-paper.pdf>
- Fabre, Eve F., Causse, Mickael, Pesciarelli, Francesca, and Cacciari, Cristina. (2016). The responders' gender stereotypes modulate the strategic decision-making of proposers playing the ultimatum game. *Frontiers in Psychology*, 7,12. doi: 10.3389/fpsyg.2016.00012
- World Economic Forum (2024). Global Gender Gap Report 2024. Recuperado de <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2024/>
- Hitti, Eveline, Hadid, Dima, Khoury, Samia J., Tamim, Hani, Makki, Maha, and Karam, Charlotte M. (2022). Domestic tethers: Gender differences in career paths and domestic responsibilities of top-research medical school graduates. *PLOS ONE*, 17(4), e0267288.
- Jacobsen, Joyce. (2016). Gender wage gap. *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Gender and Sexuality Studies*, 1-3.
- Khitarishvili, Tamar, Rodriguez Chamussy, Lourdes, and Sinha, Nistha. (2018). Occupational segregation and declining gender wage gap: The case of Georgia. *World Bank Policy Research Working Paper*, (8583).
- Lawlor, Andrea. (2022). No Male Comparators: The Doubling Up of Discrimination on Pay Equity. *Canadian Journal of Women and the Law*, 34, 283-306.
- Lindley, Joanne Kathryn. (2016). Lousy pay with lousy conditions: The role of occupational desegregation in explaining the UK gender pay and work intensity gaps. *Oxford Economic Papers*, 68(1), 152-173.
- Lippert-Rasmussen, Kasper. (2022). Why 'Indirect Discrimination' Is a Useful Legal but Not a Useful Moral Concept. *Erasmus Journal for Philosophy and Economics*, 15(1), 83-107.
- PriceWaterhouseCoopers (2019). Women in Work Index 2019. PwC. Recuperado de <https://www.pwccn.com/en/diversity-and-inclusion/women-in-work-2019.pdf>

En el marketing online el género sí importa

Elena González-Gascón

*Centro Interdisciplinar de Estudios de Género
Dpto. Estudios Económicos y Financieros
Universidad Miguel Hernández de Elche*

Leo en *Europa Press* el titular “*La brecha digital de género se reduce en 7 puntos, aunque la mujer sigue en posición desfavorable en uso de Internet*” (*Europa Press*, 2020) y la primera sensación que tengo es agrídulce. Aunque no lo parezca, la sensación es mucho mejor que la que experimento al leer la mayoría de noticias que recopiló sobre la Brecha Digital de Género (BDG). ¿Y por qué es agrídulce? Porque, aunque la segunda parte del titular muestra una pertinaz realidad (la mujer sigue en posición desfavorable en el uso de Internet), la reducción de 7 puntos de la BDG me produce satisfacción. Además, es una ocasión para llevar al aula y comentar con el estudiantado una buena noticia relacionada con la Agenda 2030, la BDG y las estrategias de marketing.

Por supuesto acudo a la fuente original que menciona la noticia de *Europa Press*, es (y no me sorprende lo más mínimo) el Instituto de las Mujeres, del Ministerio de Igualdad, del Gobierno de España. Su titular es muy parecido “*La brecha digital de género se ha reducido progresivamente en España, pasando de 8,1 a 1 punto, aunque las mujeres mantienen una posición desfavorable en competencias digitales y usos de Internet*” (IMs, 2020). En ella se mencionan dos estudios “*Mujeres y digitalización: de las brechas a los algoritmos*” y “*Las mujeres en la economía digital española: Trayectorias inspiradoras*”.

El que trata con cifras el tema del titular es el primero. Al empezar a leerlo la sensación agrídulce va tornándose más agria y menos dulce.

La BDG es la distancia existente entre hombres y mujeres en lo referente a las tecnologías (Raquel Barragán y Estrella Ruiz, 2013). Si nos centramos en lo que se conoce como la Primera BDG, la diferencia entre mujeres y hombres al haber utilizado algún dispositivo electrónico para conectarse a Internet, entonces sí parece que esa brecha se ha reducido en 8,1 puntos en la última década, según la Encuesta TIC-Hogares (INE, 2019).

Pero ¿conectarse a Internet es suficiente? Claramente no, desde luego es el primer paso, pero está muy lejos de justificar el positivo (y un poco sesgado) titular “*La brecha digital de género se reduce en 7 puntos*”. Parece como si ya se hubiese conseguido eliminar la BDG.

Sigo leyendo el informe y rápidamente menciona la Segunda BDG, la diferencia entre mujeres y hombres en cuanto a las competencias digitales y usos de Internet, que tiene un impacto enorme en la inclusión digital (Milagros Sáinz, Lidia Arroyo y Cecilia Castaño, 2020). Aquí los datos arrojan claras desigualdades que aumentan cuando se considera el género, la edad o el nivel de estudios. El estudio cita como fuente para sus datos la Encuesta TIC-Hogares del Instituto Nacional de Estadística (INE). Sintetizando, cuanto mayores son las habilidades que se requieren para “sacarle partido a Internet” mayor es la BDG. Esto ocurre tanto en las personas de mayor edad (incluso con altos niveles educativos) (Milagros Sáinz, Lidia Arroyo y Cecilia Castaño, 2020) como entre las personas jóvenes (también con formación superior) (José Luis Martínez-Cantos, 2017).

En cuanto a la Tercera BDG, que es la capacidad que tienen las personas para transformar los recursos de Internet en recursos sociales que les permitan mejorar sus oportunidades vitales (Massimo Ragnedda, 2017: 93), el informe no arroja mejores datos o mayor esperanza. La conclusión es que la brecha se mantiene (como tristemente cabía esperar), generando una situación de aprovechamiento desigual de las oportunidades, según el género, el nivel socioeducativo y la edad (Milagros Sáinz, Lidia Arroyo y Cecilia Castaño, 2020).

A estas alturas la sensación ya es sólo agría; como en muchas otras ocasiones el titular de la noticia no refleja la realidad y tiene un sesgo triunfalista que, en mi opinión, no ayuda para nada a la causa.

Y volviendo a la causa, “*lograr la igualdad entre los géneros*” me sorprende (aunque no sé por qué me siga sucediendo a estas alturas) que después de tanto tiempo todo siga casi igual.

Para la mayor parte de mis estudiantes la Agenda 2030 es “casi nueva”, pero en realidad fue en 2015 cuando la Organización de las Naciones Unidas (ONU) la aprobó (ONU, s.f., a). La Agenda 2030 representa una oportunidad para emprender un nuevo camino con el que mejorar la vida de todas y todos, sin dejar a nadie atrás. De los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que se proponen, el Objetivo 5 “*Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas*”, en concreto su “*Meta 5.b: Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres*” (ONU, s.f., b), es el que nos ocupa.

El marketing *online* (en línea, o marketing web, marketing en Internet o I-marketing), es un tipo de marketing (estrategia) que combina los principios y prácticas de marketing tradicionales con las características interactivas de Internet, con el fin de ofrecer productos y servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores (Norman Govoni, 2004). Hoy en día es prácticamente impensable que una empresa que desee tener éxito comercializando sus bienes y servicios no esté presente en Internet, es decir, no haga uso de las estrategias de marketing online. Así, la Segunda BDG tendrá una mayor o menor repercusión en la consecución de los objetivos de la empresa en función de los productos que comercialice.

Para profundizar en esta cuestión acudo a los micro datos de la Encuesta TIC-Hogares del INE. Como se muestra en la Figura 1, aunque el porcentaje de personas que compran por Internet en la última década no ha dejado de aumentar (del 12,8% al 43,5%) la BDG no sólo no ha disminuido si no que se mantiene. Una visión más clarificadora de la situación se puede observar en la Figura 2, que muestra claramente que en la última década la BDG ha sufrido variaciones tipo diente de sierra, siempre positivos para los hombres, que varían desde unos 4,4 puntos en el 2008 a unos 2,3 puntos en el 2018, pasando por picos de 6 puntos en 2012 y 2016. Lo que indica claramente que el problema, lejos de solucionarse, es coyuntural y persiste en el tiempo.

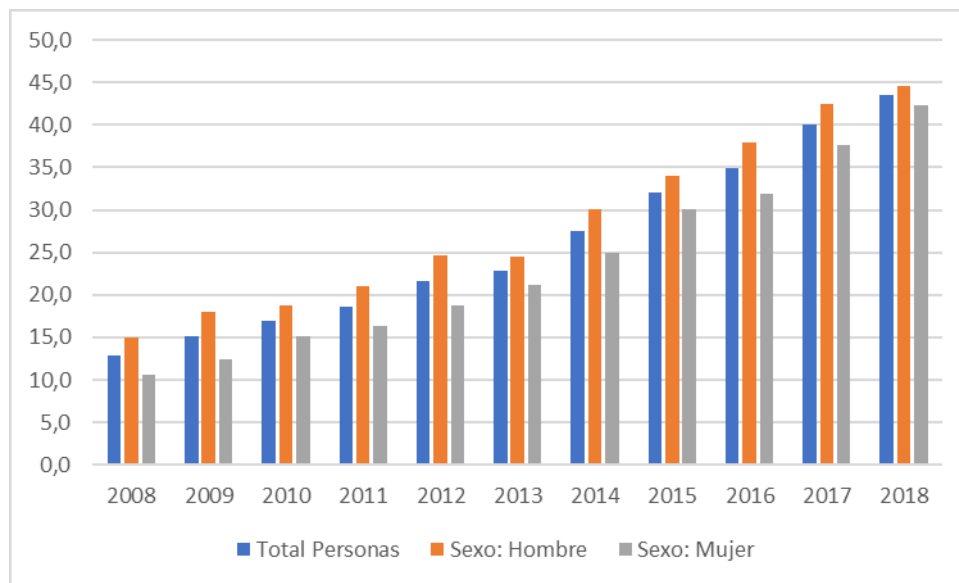


Figura 1. Porcentaje de personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses (2008-2018).
Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta TIC-Hogares del INE (2019).

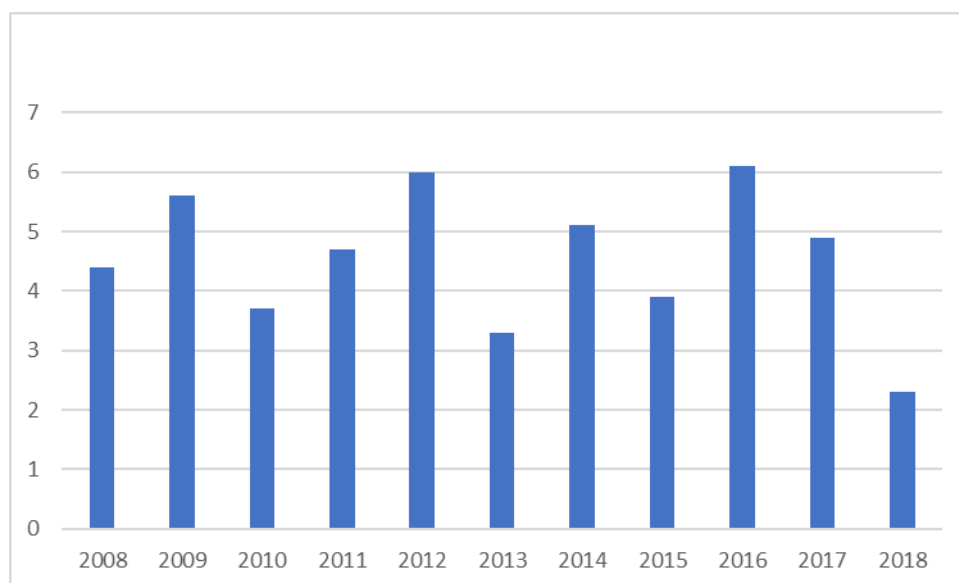


Figura 2. Variación en puntos porcentuales de la BDG respecto a compras a través de Internet en los últimos 3 meses (2008-2018). Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta TIC-Hogares del INE (2019).

A estas alturas ya parece claro que no es oro todo lo que reluce. Las empresas y el estudiantado deben, al menos conocer, que las mujeres no compran igual que los hombres por Internet. Según los últimos datos facilitados por el INE, en la Figura 3 podemos observar las diferencias en cuanto a tipo de actividad realizada en Internet en el 2021.

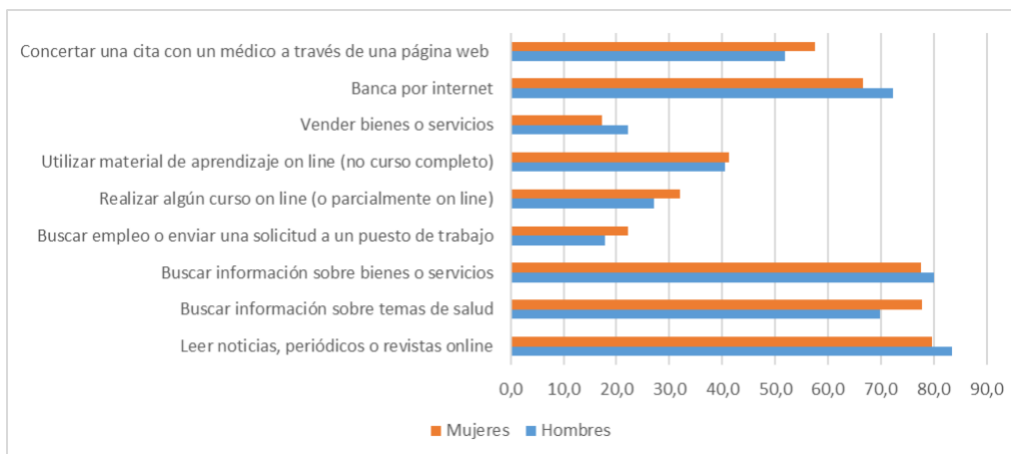


Figura 3. Porcentaje de usuarios de Internet en los últimos 3 meses por tipo de actividad realizada. 2021. Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta TIC-Hogares del INE (2019).

Así, si nos centramos en los principales usos referidos al comercio online, como por ejemplo vender bienes o servicios, la BDG es de 4,9 puntos; en cuanto a la banca por Internet la diferencia llega hasta los 5,6 puntos. Otro concepto vital para las empresas es la búsqueda de información de bienes o servicios, ya que es el primer paso para conseguir la venta, en este caso la BDG es de 2,6 puntos. En cambio, si nos centramos en buscar información sobre temas de salud (absolutamente imbricado en la cultura del cuidado) entonces la diferencia es de casi 8 puntos negativos (-7,9). Resumiendo, las mujeres buscan más información en temas de salud, pero utilizan menos la banca online o Internet para vender bienes o servicios.

En cuanto a la compra de bienes o servicios, el panorama es bastante similar, como se puede apreciar en la Figura 4.

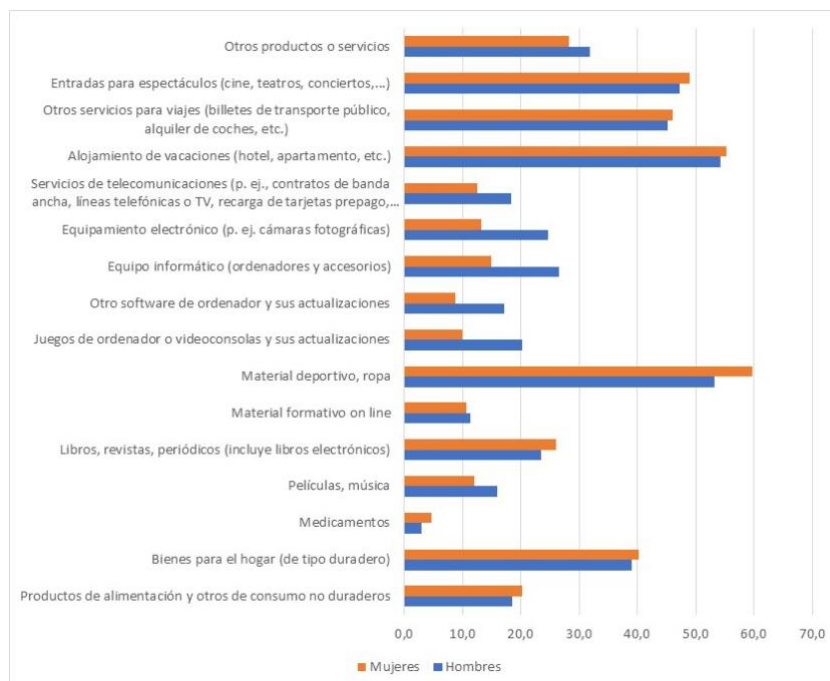


Figura 4. Porcentaje de personas que han comprado por Internet por tipo de producto. 2021. Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta TIC-Hogares del INE (2019).

Se observan brechas en ambas direcciones, así los hombres compran más productos relacionados con las tecnologías y el ocio, como por ejemplo equipo informático (ordenadores y accesorios) donde la BDG llega a 11,5 puntos de diferencia o equipamiento electrónico (p. ej. cámaras fotográficas) con 11,4 puntos de diferencia. Seguidos de los juegos de ordenador o videoconsolas y sus actualizaciones con 10,4 puntos, o software de ordenador y sus actualizaciones con 8,4 puntos. Mientras que las mujeres adquieren más productos de alimentación y otros de consumo no duraderos (1,6 puntos) y bienes para el hogar, de tipo duradero (1,1 puntos) o medicamentos (1,6). No puedo dejar de mencionar la diferencia en cuanto a compra de material deportivo, ropa, con una diferencia a favor de las mujeres de 6,5 puntos.

Por supuesto cabe preguntarse, ¿Hay diferencias respecto al dinero gastado o invertido (según se mire) por Internet? La respuesta se puede apreciar en la Figura 5.

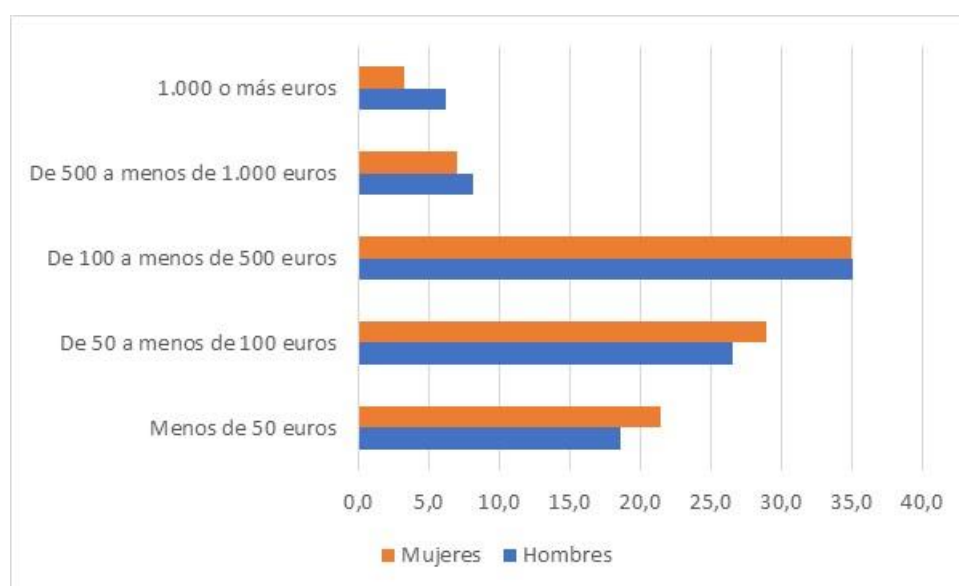


Figura 5. Valor de las compras realizadas por Internet en los últimos tres meses. 2021. Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta TIC-Hogares del INE (2019).

Como cabía esperar, en lo referente al importe de las compras realizadas también hay BDG. A simple vista se puede observar que las mujeres realizan en mayor medida las compras de menor importe y los hombres las de importes superiores, casi en una perfecta campana de Gauss. La diferencia en las compras de menos de 50 euros asciende a 3 puntos, entre los 50 y 100 euros BDG es de 2 puntos. En cuanto a las compras de mayor importe, la brecha en las compras de 500 a 1.000 € es de 1 punto siendo de 3 en aquellas compras de 1.000 € o más.

En lo que respecta a la banca online, recordando que la BDG es de 5,6 puntos, en la Figura 6 se puede observar los diferentes usos. La mayor diferencia, de 2,6 puntos es para comprar o vender acciones, bonos, fondos u otros productos de inversión financiera. Seguido muy de cerca, con 2,4 puntos el suscribir pólizas de seguros o renovar las existentes. En cambio, a la hora de formalizar un préstamo o disponer de un crédito de bancos u otros proveedores financieros, casi no hay diferencia (0,3 puntos).

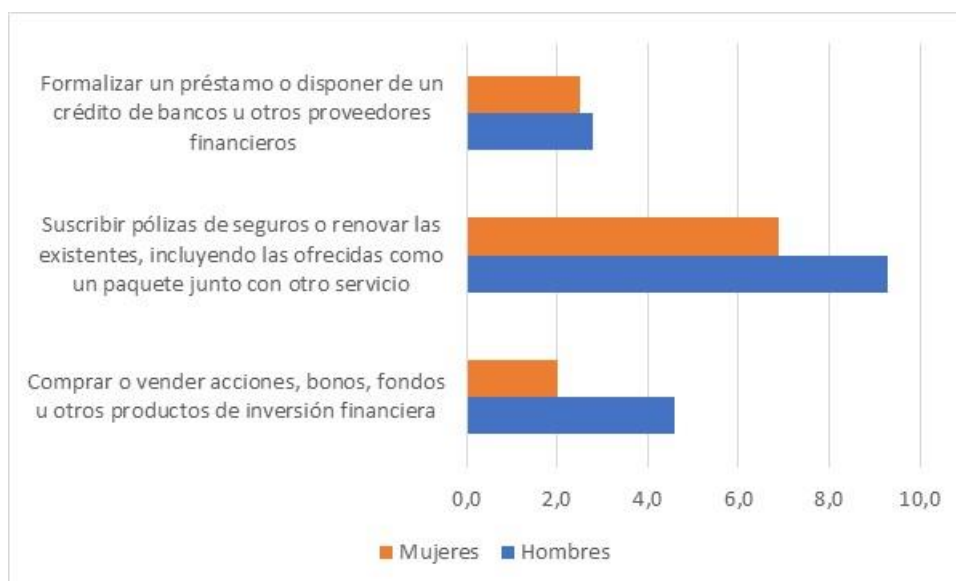


Figura 6. Realización de actividades financieras con fines privados (banca online) en los últimos doce meses. 2021.
Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta TIC-Hogares del INE (2019).

En mi opinión tres son las principales conclusiones. La primera es que, aunque la Primera BDG se ha reducido, la Segunda y la Tercera siguen siendo importantes. Por tanto, las mujeres siguen teniendo menos competencias digitales y realizando un uso diferente de Internet, lo que las lleva a tener una menor capacidad para transformar los recursos digitales en recursos sociales que les permita mejorar sus oportunidades vitales.

La segunda conclusión es que el comportamiento de compra online de las mujeres es diferente, tanto al considerar el tipo de bien o servicio adquirido, como en el importe dedicado a ello.

La tercera, no menos importante, es que un análisis detallado de los datos facilitados por el INE, en los que se basan los estudios que utiliza el Instituto de las Mujeres para generar el titular de la noticia, muestra una realidad que no permite soportar el triunfalismo, no exento de verdad literal pero parcial, y por tanto falta de veracidad en el titular de la noticia.

Como reflexión final cabría hacerse una pregunta, y te la hago a ti. Sí a ti, que me estas leyendo en este momento. ¿Qué puedes hacer tú para contribuir a la disminución de cualquiera de las BDG? O lo que es lo mismo ¿Qué puedes hacer tú para ayudar a conseguir el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 5?

Referencias

- Barragán Sánchez, Raquel y Ruiz Pinto, Estrella (2013). Brecha de género e inclusión digital. El potencial de las redes sociales en educación. Profesorado. Revista de Curriculum y Formación del Profesorado, 17 (1), 309-323.
- Europa Press (14 julio 2020). La brecha digital de género se reduce en 7 puntos, aunque la mujer sigue en posición desfavorable en uso de Internet. Recuperado el 2 de mayo de 2022 de <https://www.europapress.es/epsocial/igualdad/noticia-brecha-digital-genero-reduce-puntos-mujer-sigue-posicion-desfavorable-uso-internet-20200714102539.html>
- Govoni, Norman (2004). Dictionary of Marketing Communications, Sage Publications.

- IMs. Instituto de las Mujeres (14 julio 2020). Dos nuevos estudios de la serie "Mujeres, tecnología y sociedad digital". Recuperado el 2 de mayo de 2022 de <https://www.inmujeres.gob.es/actualidad/noticias/2020/Julio/SociedadDigital.htm#:~:text=digitales%20de%20g%C3%A9nero-,La%20brecha%20digital%20de%20g%C3%A9nero%20se%20ha%20reducido%20progresivamente%20en,la%20UE%20de%208%20puntos>
- INE. Instituto Nacional de estadística (2019). Evolución de datos de Personas (2006-2018) por características demográficas, tipo de uso de TIC y periodo. Recuperado el 2 de mayo de 2022 de: https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t25/p450/base_2011/a2018/10/&file=02002.px
- Martínez-Cantos, José Luis (2017). Digital skills gaps: A pending subject for gender digital inclusion in the European Union. *European Journal of Communication*, 32 (7), 419-38.
- ONU. Organización de las Naciones Unidas (s.f., a). Objetivos de desarrollo sostenible. Recuperado el 2 de mayo de 2022 de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- ONU. Organización de las Naciones Unidas (s.f., b). Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas. Recuperado el 2 de mayo de 2022 de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- Ragnedda, Massimo (2017). *The Third Digital Divide: A Weberian Approach to Digital Inequalities*. New York: Routledge.
- Sáinz, Milagros, Arroyo, Lidia y Castaño, Cecilia (2020). *Mujeres y digitalización. De las brechas a los algoritmos*. Instituto de la Mujer & Red.es. Ministerio de Igualdad. DOI: 10.30923/MujDigBreAlg-2020

Marketing de género, otro ejemplo del bien y del mal

Elena González-Gascón

Centro Interdisciplinar de Estudios de Género
Dpto. Estudios Económicos y Financieros
Universidad Miguel Hernández

María Jesús Navarro Ríos, directora del Centro Interdisciplinar de Estudios de Género (CIEG) de la Universidad Miguel Hernández de Elche, hizo en el Anuario de 2022 (María Jesús Navarro Ríos, 2022) un estupendo resumen de mi intención como divulgadora sobre el marketing.

“...Nos invita a abandonar la idea errónea [...] sobre el carácter contraproducente que la publicidad puede producir a la hora de perpetuar discriminaciones sexistas capaces de influir en las creencias y comportamientos de la ciudadanía. [...] Una buena praxis del marketing de género, no sólo no es contraproducente, sino que puede llegar a ser una valiosísima herramienta [...] influyendo en la fijación de costumbres e ideas afines a la igualdad y lejana de estereotipos sexistas distorsionadoras de la realidad de las personas”.

No puedo cejar en mi objetivo y su introducción me anima a mostrar en este anuario otro ejemplo de cómo las empresas pueden hacer las cosas bien (o muy mal). Estos ejemplos, además de ser iluminadores, para mí tienen un valor especial por un doble motivo.

El primero es que se centran en el público infantil, especialmente vulnerable a la presión y por tanto altamente permeable a las influencias que ejerce la sociedad, tanto en uno como en otro sentido. Por eso muestro ejemplos “del bien y del mal”. El segundo, no menos importante, es que han sido aportados, tras sucesivas tutorías, por Elisabeth Calderón López, una estudiante del Doble Grado en Derecho y Administración y Dirección de Empresas (DADE), al realizar su Trabajo de Fin de Grado (TFG).

Una de las líneas que ofrezco al estudiantado para la realización de sus TFGs, con la clara intención de trabajar la Igualdad de Género de manera transversal y con pensamiento crítico, es “Estrategias de marketing con igualdad de género”. Este artículo pretende, además de popularizar la idea anteriormente mencionada, subrayar la importancia de formar a nuestro estudiantado (responsables en un futuro no muy lejano de departamentos y empresas) en igualdad de género, ya que así tendrán las herramientas necesarias para mejorar la sociedad en la que vivimos.

La publicidad infantil de juguetes es “*toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones*” (AEFJ, 2022, p.3). La franja de edad considerada como infantil para la publicidad va desde los 0 hasta los 15 años, si bien se distinguen dos grupos diferentes, los menores de 7 años (la publicidad dirigida a este grupo exige una mayor cautela y estricto cumplimiento del código ético), y el tramo que incluye desde los 7 a los 15 años.

Hasta los 3 años de edad, las niñas y los niños no tienen una conciencia de su sexo, ni de las implicaciones que la sociedad impone en función de ello. Pero entre los 4 y 5 años ya son capaces de procesar la información que les llega. Y la publicidad es una fuente de información muy atractiva para ellas y ellos. Con 10 puntos porcentuales de diferencia, las niñas (78%) y los niños

(68%) de 4 a 5 años que han sido expuestos de manera alta a la televisión, muestran preferencia hacia los productos de las marcas publicitadas (Karen Pine y Avril Nash, 2003).

¿Qué diferencias podemos encontrar en la publicidad infantil según se dirija a niñas o a niños? Por increíble que pueda parecer a estas alturas, los códigos de colores aún se utilizan en la industria, asignando, ¿cómo no?, el color rosa para las niñas y los colores oscuros para los niños. Así, casi en el 22% de los juguetes “para niñas” (entendiendo el entrecomillado como una visión de la empresa, no compartida por mí, ya que no debería haber juguetes para niñas y juguetes para niños) se utiliza el color rosa, y casi en el 15% de los anuncios visten de ese color (IMs, 2020). Los niños nunca visten de rosa, y solo en el 4,2% de los anuncios dirigidos “para niños” se utiliza dicho color.

Otra de las diferencias es el rol que se les asigna, activo vs. pasivo, con más de 20 puntos porcentuales de diferencia (IMs, 2020). El asociado a los niños es un rol activo, que suele implicar acción, construcción e incluso destrucción. Mientras que el rol asociado a las niñas es un rol más pasivo, se transmite el papel de los cuidados y el ámbito doméstico (un 35,5%) o el de la belleza (un 68,2%). Sólo en el 7,4% se les asigna un rol activo como el de guerrera o heroína (IMs, 2020).

En cambio, a los niños se les asigna un rol activo en el 71% de los casos, concretamente un 33,3% de guerrero, un 22,2% de héroe y un 15% de aventurero. A ellos casi no se les muestra en el entorno del hogar (solo un 13,3%). Ese pequeño porcentaje se divide en rol de cuidados (o rol de padre), un 8,9%, y en rol de amo de casa, un 4,4% (IMs, 2020).

Esto da pie a la tercera de las diferencias, la segregación profesional por sexos (luego nos quejamos de la baja participación de las mujeres en las carreras STEM - Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas -). Así en más de la mitad de los anuncios protagonizados por niñas (el 58%) los juguetes no tienen funciones eléctricas o mecánicas. Y, por poner otro ejemplo, hay 10 puntos de diferencia (a favor de los niños) en los anuncios de juguetes electrónicos (13,2% para ellos frente a un 3,4% para ellas). En cuanto a las profesiones, en el caso de las niñas un 34% está relacionado con el sector de la peluquería y estética, mientras que para los niños un 50% muestra profesiones de piloto, policía o militar (IMs, 2020).

Personalmente, la diferencia que más me preocupa y escandaliza es la relativa a la sexualización de los anuncios, que es una de las semillas de un grave problema que trataré en otra ocasión, la violencia de género. En un total de 11% de los anuncios las niñas aparecen sexualizadas (con posturas, gestos o miradas a cámara), en un 8,5% ellas son las protagonistas del anuncio y en el 2,5% el protagonista es mixto. Como contraposición, no se ha detectado ningún ejemplo de sexualización de niños (IMs, 2020).

Comienzo, para dejar un buen sabor de boca al final, con los ejemplos “del mal”. El primero de ellos es un anuncio de Playmobil dirigido a los niños, que dura sólo 6 segundos, aunque tienen versiones más largas del mismo anuncio con el mismo formato. El pack de juguetes y el tema del anuncio es la “Batalla de gigantes”. Vemos un fotograma en la Figura 1. Se puede observar en primer plano a dos niños jugando (como fondo del anuncio unas montañas rocosas y lo que parece el perfil de una ciudad) con un robot y un dinosaurio, ambos armados, lanzándose diferente munición.

Bien, pues en este anuncio sólo salen niños, como si las niñas no pudieran jugar con dinosaurios y robots. Los colores del anuncio son oscuros (marrón del fondo, camisetas en azul la de uno y roja la del otro), el rol es activo (se están peleando con el objetivo de destruir al contrincante; de hecho, la idea es que ganan los dinosaurios) y la voz en off es masculina (la habitual en anuncios dirigidos a niños) ya que representa la autoridad (María Teresa Piñero, 2011).



Figura 1. Anuncio Dino Rise, Playmobil. Fuente: Playmobil (2021, 0:03).

El otro ejemplo “del mal” está dirigido a las niñas. En esta ocasión la empresa anunciante es INTEKTOYS con la gama “Mundos Bebés Llorones”. El anuncio que dura 31 segundos, comienza mostrando dibujos animados de bebés que lloran hasta que les dan un chupete. A continuación, aparecen 3 niñas reales en una habitación infantil (ver la Figura 2) y les ponen los chupetes a sus muñecos bebés, que estaban llorando. Las imágenes posteriores son un clásico de los cuidados, les secan las lágrimas, les dan de comer, les curan (poniendo una inyección) y los sacan de paseo. El anuncio termina mostrando las tres gamas de bebés (ambientado en la selva, en la pradera y un mundo de fantasía).

Pues bien, pues en este anuncio sólo salen niñas, como si los niños no pudieran jugar con muñecos bebés y cuidarlos. Los colores del anuncio son pastel y predomina (¡Cómo no!) el rosa, por ejemplo, en la habitación, en la ropa de las niñas o en algunos de los bebés. El rol, aunque es activo, es claramente el de la esfera doméstica y el mundo de los cuidados. Para terminar, la voz en off es femenina, en lugar de ser una narración es cantada, y se intercala con expresiones de las niñas.

Ambos anuncios son un claro ejemplo de cómo, a veces, la publicidad perpetúa los estereotipos de género.



Figura 2. Anuncio Mundos Bebés Llorones, INTEKTOYS. Fuente: INTEKTOYS (2019, 0:06).

Vayamos ahora con los ejemplos “del bien”. El primero de ellos es de la marca Play Doh, con su gama “Play-Doh Wheels Cement Truck”. El anuncio dura 23 segundos y muestra a una niña y a un niño jugando con un camión que hace “cemento” de plastilina. Con el “cemento” construyen un paseo, con diferentes elementos de construcción, y lo decoran. En la Figura 3 se puede ver un fotograma de los niños jugando.



Figura 3. Anuncio Play-Doh Wheels Cement Truck. Fuente: Hasbro Australia (2020, 0:06).

En este anuncio salen un niño y una niña, ambos jugando juntos a la construcción. Los colores del anuncio no siguen patrones impuestos por la sociedad, así el niño viste una camiseta verde y la niña una naranja. El fondo de la habitación, totalmente diferente al anuncio de Mundos Bebés Llorones, es de un color neutro (blanco) y no muestra una habitación “de princesas”. En cuanto al rol, que es activo (construir un paseo), es idéntico para ambos, ya que utilizan el juguete de la misma forma y con la misma finalidad. En este anuncio no hay voz en off (ni masculina ni femenina), sólo se escucha una melodía. Resumiendo, este es un buen ejemplo de publicidad infantil, que no marca estereotipos.

El último ejemplo es de LEGO, para la campaña de navidad del 2021, con el lema “Rebuild the world” y de la serie “Family”. El anuncio dura 1 minuto y 57 segundos y muestra una trepidante acción acompañada con una versión, totalmente reconocible de «Don’t stop me now» de Queen (levemente adaptada para comunicar el mensaje del anuncio, “*Anything can happen when you put LEGO bricks into kids hands*”).

Es difícil resumir el anuncio, ya que muestra numerosas escenas de acción. El anuncio comienza con una niña jugando con un helicóptero en el salón de su casa, que se convierte en un helicóptero real, pilotado por una mujer, que después salta a un bosque con soldados de Star Wars, que son atacados por avispas (que es a lo que está jugando un niño con su LEGO). La siguiente escena muestra a un dragón, que acompaña a un camión de bomberos para extinguir un fuego en un castillo, donde hay un hombre atrapado en la torre (no la típica princesa). Otra imagen muestra una carrera de coches, esta vez sí es una mujer la que pilota el coche a velocidad “supersónica”. Otra escena muestra una fiesta con los protagonistas del anuncio junto a niños y niñas. En la siguiente escena aparece un edificio en construcción con obreros y obreras. En la última escena aparece un cohete que va al espacio, desde el cohete se ve la Tierra, que no es más que la bola de helado de un cucurucho (ver Figura 4).



Figura 4. Anuncio Lego. Rebuild the world. Fuente Dailymotion (2021, 1:47).

Este anuncio, donde salen muchos personajes, junto con niñas y niños, es un muy buen ejemplo de publicidad con visión de género igualitaria. No sigue ningún patrón clásico de colores, roles o voces en off. Escena tras escena nos muestra ejemplos que rompen con los estereotipos, como la mujer que salta del helicóptero, la obrera o la que pilota un coche de carreras, sin olvidar al hombre que está atrapado en la torre del castillo en llamas. Un excelente buen ejemplo de publicidad dirigida a un público infantil, que no sólo no marca estereotipos de género si no que los rompe.

Quizá la próxima vez que vea un anuncio, de juguetes o no, dirigido al público infantil, pueda detectar más fácilmente “esos pequeños detalles” que en mi opinión pueden marcar la diferencia. Y si se diera el caso de que los viera en compañía y lo tuviera a bien, quizá pudiera hacer un comentario constructivo al respecto.

Referencias

- Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ). (2022) *Código de autorregulación de la publicidad infantil de juguetes*. Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ). Madrid. Recuperado el 21 de junio de 2022 de https://www.observatoriodelainfancia.es/ficherosoia/documentos/7877_d_CAPIJ-27-01-22.pdf
- Dailymotion (diciembre 2021). *Anything can happen when you put LEGO bricks into kids hands. Anuncio de Navidad de LEGO 2021*. [Vídeo] YouTube. Recuperado el 21 de junio de 2022 de <https://www.dailymotion.com/video/x85pa7n>
- Govoni, Norman. (2004). *Dictionary of Marketing Communications*, Sage Publications.
- Hasbro Australia. (23 de abril de 2020). *Play-Doh Wheels Cement Truck*. [vídeo] YouTube. Recuperado el 21 de junio de 2022 de <https://www.youtube.com/watch?v=oYUrVPcYjHw>
- IMs. Instituto de las Mujeres (26 octubre 2020). *Publicidad y campañas navideñas de juguetes: ¿promoción o ruptura de estereotipos y roles de género?* Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. Madrid. Recuperado el 21 de junio de 2022 de

https://www.inmujeres.gob.es/areasTematicas/AreaEstudiosInvestigacion/docs/Estudios/PUBLICIDAD_Y_CAMPANAS_NAVIDENAS_JUGUETES.pdf

INTEKTOYS. (4 de septiembre de 2019). *Mundos Bebés Llorones – Intek* [vídeo] YouTube. Recuperado el 21 de junio de 2022 de <https://www.youtube.com/watch?v=L8sPVj1GkJI>

Navarro-Ríos, María Jesús. (2022). Introducción. En María Jesús Navarro Ríos y Ana Martí de Olives. (Eds). *Anuario del Centro Interdisciplinar de Estudios de Género de la Universidad Miguel Hernández*. (pp. 5-8). Universidad Miguel Hernández. Recuperado el 21 de junio de 2022 de <https://editorial.umh.es/2022/05/04/anuario-del-centro-interdisciplinar-de-estudios-de-genero-de-la-universidad-miguel-hernandez-2022/>

Pine, Karen y Nash, Avril (2003). Barbie or Betty? Preschool Children's Preference for Branded Products and Evidence for Gender-linked Differences. *Journal of Developmental and Behavioral Pediatrics*, 24, 4, 219-224. (DOI: 10.1097/00004703-200308000-00001).

Piñero Otero, María Teresa. (2011). La utilización de la voz femenina como autoridad en la publicidad radiofónica española. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 4(2), 191 - 214. Recuperado 20 de junio de 2022, de <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU1010220191A>

Playmobil en Español (11 de mayo de 2021). *DINO RISE – Anuncio – PLAYMOBIL en Español*. [vídeo] YouTube. Recuperado el 3 de diciembre de 2021 de <https://www.youtube.com/watch?v=TPT5QU3gnMo>

¿Ser, estar o parecer? Reflexiones en torno al lenguaje inclusivo

María Amparo Calabuig Puig

*Centro Interdisciplinar de Estudios de Género
Servicio de Observatorio Ocupacional
Universidad Miguel Hernández*

El presente artículo tiene como objetivo reflexionar respecto al lenguaje inclusivo, sobre las falsas creencias y resistencias con las que sigue topando.

En el caso español contamos con un amplio aparato normativo e institucional en materia de lenguaje inclusivo; no obstante, dichas herramientas no han dado los resultados deseados. Por un lado, la normativa se queda generalmente en la recomendación, dependiendo excesivamente de la voluntariedad. Y, por otro lado, su materialización ha resultado claramente insuficiente, pues a pesar de la significativa cantidad de guías de lenguaje inclusivo y otros recursos similares, estas herramientas no terminan de enraizar.

Es más, en contra de lo deseado, el lenguaje inclusivo sigue despertando una especial beligerancia, acompañada de una serie de falsas creencias bastante extendidas. El fenómeno encaja, entre otras, con la denominada falacia del “muñeco de paja”, consistiendo esta en tomar el argumentario/planteamiento de alguna persona o colectivo para distorsionarlo, exagerarlo, llevarlo al extremo intencionadamente y entonces, atacar esa versión deformada como si fuera la idea original. O, en conexión con esto, la técnica perniciosa de seleccionar algún ejemplo, descontextualizarlo, deformarlo, ridiculizarlo y tomarlo como el todo, ¿cuántas veces se ha reducido el lenguaje inclusivo a “miembros y miembros”? ¿en cuantas ocasiones nos han llamado, o hemos escuchado, eso de “feminazi”?

Parece evidente, pero debemos recordar que la comunicación inclusiva conlleva mucho más que desdoblar, pues implica atender a las asimetrías que el sistema sexo-género vigente aún sostiene. Es innegable que el nombrar a las dos mitades de la humanidad resulta fundamental para visibilizar y ¡sí! es compatible con la economía del lenguaje, pues existen muchas estrategias para buscar soluciones óptimas.

Pero también debemos poner mucha energía -labor pedagógica y estrategia- en cuestiones más cualitativas y materiales. Obviamente no es lo mismo lagarta que lagarto, fulana que fulano, fresca que fresco, ramero que ramera, zorro que zorra. Y en la misma línea, pelandusca, furcia, pilingui, mujer de vida alegre, pendona, etc. Sorprende la variedad de opciones para nombrar lo mismo, con idéntica carga misógina, denigrante y patriarcal (Xavier Gimeno et al., 2022). ¿Cuántas opciones existen para nombrar al consumidor, más allá de “putero”? Esto también resulta bastante significativo.

En palabras de María Martín (2020):

(...) Un lenguaje cargado de juicio, porque si lloramos somos manipuladoras o inestables. Si no lloramos somos frías e insensibles. Si nos arreglamos coquetas, si no lo hacemos descuidadas. Si tenemos muchas parejas, putas; si no las tenemos amargadas. Si nos gusta el sexo promiscuas; si no nos gusta, estrechas. Si denunciemos agresiones, se duda; si no las denunciemos, será porque nos gustó. (...) Lloronas, y al mismo tiempo oportunistas,

porque al ser consideradas mentirosas por excelencia, el llanto, como las denuncias, es sistemáticamente cuestionado. (pp. 93-94)

Todas ellas son muestras de las asimetrías de poder, presentes en el imaginario colectivo, y que muy lejos de quedar únicamente en lo simbólico, tienen importantes repercusiones en términos económicos, de salud mental y física. Estos vocablos, ideas, marcos comunicativos y/o mentales apuntalan situaciones tremendamente dolorosas en un círculo vicioso permanente.

Se trata de cómo se nos sitúa en el mundo; en consecuencia, resulta imprescindible avanzar hacia la efectiva toma de la palabra, reconocer la *auctoritas* y la *potestas* de las mujeres en términos comunicativos y vitales, claro. Para ello, desde el paradigma del lenguaje inclusivo se deben abordar también fenómenos como el *mansplaining* que, de forma más sibilina y normalizada nos menoscaba en términos de credibilidad y poder.

Este término, *mansplaining*, recoge la idea de una acción en la que se obvian los conocimientos, la inteligencia y la familiaridad que la mujer posea respecto a ese asunto, infantilizando a la interlocutora. Dice Rebecca Solnit (2017), en su ensayo *Los hombres me explican cosas*, que dialécticamente las mujeres suelen luchar en dos frentes: uno que depende de cuál sea el motivo de la discusión y el otro, por el simple hecho de hablar, tener ideas y que estas sean escuchadas, porque se reconozca que estamos en posesión de hechos y verdades, que éstos tienen valor. Aunque hemos experimentado mejoras en este sentido, esta guerra - en términos de dominio de la palabra, el espacio, la autoridad y la credibilidad - se encuentra enquistada. Estas situaciones comunicativas suponen una de las maneras en las que, en una conversación educada, se expresa el poder.

El testimonio de las mujeres tiende a ser recibido bajo la sospecha de la eterna exageración, minimizando, minusvalorando y poniendo en duda su discurso/vivencias/relato, por parte de los poseedores de la razón, el equilibrio y la verdad: “no es para tanto”, “sonríe mujer, si era broma”, “tranquila, bonita”, “relájate, mujer”, “no te pongas histérica” - no olvidemos que histeria viene del griego, relativo al útero-.

Se nos sigue insultando diferente. Solo hay que asomarse a las redes sociales, y más si te posicionas como feminista o “femilista”, la reacción a este hecho resultará incluso ensordecedora. Se nos pregunta e interpela de forma diferente. Un ejemplo, recientemente Ione Belarra, ministra de Derechos Sociales y Agenda 2030, manifestaba su descontento por ser preguntada por su baja de maternidad en una rueda de prensa sobre otro asunto. Belarra recordaba el caso del ministro Alberto Garzón y aseguraba que, ante la misma situación, a él nunca se le planteó dicha cuestión.

Todo ello, según María Martín (2020):

(...) fruto de la herencia/inercia cultural que, aun siendo dinámica, en algunos casos se mueve lo justo, para que todo siga igual sin que la sociedad se rebele contra la inmovilidad. Como una funda nueva para un sofá viejo. Se verá bonito, pero te clavarás el muelle roto si te sientas en el mismo lugar. (p. 42)

La comunicación inclusiva tiene por delante muchísimos retos. Debe enfrentar fenómenos como el edadismo, la gordofobia, la hipersexualización, la cosificación, la apología de la masculinidad hegemónica o el discurso de odio - como un paraguas que lo cubre todo -. Todo ello con las redes sociales como herramienta multiplicadora. Pero el primero de los retos sigue siendo ser verdaderamente entendido.

Referencias

Gimeno, Xavier; Alcázar Zambrano, Fernando y Martín Coello, Ana. (2022). *Diccionaria* (1. ed). Libros Cúpula.

Martín, María (2020). *Mujer tenías que ser, la construcción de lo femenino a través del lenguaje*. Catarata.

Solnit, Rebecca (2017). *Los hombres me explican cosas*. Haymarket Books.

¿Adiós a los anuncios de prostitución?

Jesús Mula Grau

*Centro Interdisciplinar de Estudios de Género
Dpto. Ciencias Sociales y Humanas
Universidad Miguel Hernández de Elche*

En junio de 2023 se cumplieron cinco años de la entrada en vigor de la nueva ley de la Generalitat Valenciana de Publicidad Institucional. Su activación supuso erradicar prácticamente de un plumazo los anuncios relacionados con la prostitución que, durante demasiadas décadas, han supuesto importantes ingresos publicitarios a los medios de comunicación, sobre todo en los años en los que el papel reinaba.

Isaura Navarro, que cesaba el 17 de julio de 2023 como consellera de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, y el también diputado autonómico y portavoz adjunto de grupo parlamentario, Francesc Ferri, ambos de Compromís, fueron en última instancia los ponentes de esta ley 12/2018 de 24 de mayo.

La ley asumía los objetivos del pacto valenciano contra la violencia de género y machista, de septiembre de 2017, que recogía a su vez las conclusiones de la Subcomisión sobre la Erradicación de la Violencia de Género de Les Corts y el Informe del Síndic de Greuges sobre la atención y protección a las víctimas, de junio de 2017, suscrito por las instituciones valencianas, las organizaciones políticas y sindicales, la sociedad civil –especialmente por aquellas organizaciones vinculadas a los movimientos feministas– y ampliamente apoyado por la ciudadanía.

En este sentido, la ley incorporó mecanismos de exclusión en la contratación, dentro del ámbito competencial propio de aquellas empresas y medios de comunicación que contuvieran anuncios de comercio sexual o fomentaran la prostitución, dado que la prohibición de la publicidad de la prostitución es competencia exclusiva del Estado según el dictamen del Consejo de Estado de marzo de 2011.

En la disposición adicional tercera de esta ley se indica que, a partir de la entrada en vigor de la normativa, la Generalitat Valenciana no podría contratar y por tanto hacer inserciones publicitarias, anuncios o edictos en aquellos medios de comunicación de la Comunidad Valenciana que siguieran publicando o difundiendo anuncios de comercio sexual o de fomento de la prostitución.

“Creo que hay que hacer una valoración muy positiva ya que son muchos los diarios que actualmente viven de la publicidad institucional y se han acogido a la supresión para seguir cobrando por este concepto. Creo que con la medida se ha creado una muy buena estructura de incentivos”, declaraba Francesc Ferri en julio de 2018 al mismo que suscribe este artículo y a través del correo electrónico, después de solicitarle una valoración tras la entrada en vigor de la nueva normativa.

Y el mismo añadía: “Creo que ha sido acogida con desgana. Los medios que se han acogido finalmente lo han hecho por seguir cobrando por publicidad institucional. No tengo la percepción de que fueran autocríticos por esta publicidad de contactos”.

Lo que se vaticinaba como un destacado recorte a los ingresos en las cuentas anuales de los medios de comunicación, sobre todo escritos, puesto que los “anuncios de contactos” suponían ingresos de cierto peso (a diario hasta incluso tres páginas completas), finalmente no fue así.

El varapalo finalmente no fue tal y esa pérdida de financiación, en última instancia, se ha conseguido compensar, sobre todo entre los años 2020 y 2022, con una avalancha de publicidad institucional que el gobierno de la Generalitat ha inyectado a las empresas de prensa, radio y televisión valencianas, en mayor o menor medida, en función de su difusión, ventas y audiencia. Pero también en parte se ha compensado con otras dos acciones paralelas que han ido surgiendo y se han puesto en valor: por el avance de la transición hacia el modelo de pago de prensa online, con contenidos exclusivos de acceso solo bajo suscripción; y a la inmersión de los medios de comunicación en la organización de eventos o foros patrocinados, ya sean presenciales u online, como modo de captar fondos adicionales.

Sin embargo, no hay que perder de vista que esta coyuntura se daba a raíz también de un importante contratiempo, un gran imprevisto que lo ha alterado todo y en todos los ámbitos: la pandemia. Las administraciones, sobre todo la autonómica y central, han impulsado campañas de publicidad en estos últimos meses que se han trasladado a los principales medios de comunicación con el fin de reforzar la información, publicidad y propaganda sobre los efectos de esta crisis sanitaria y difundir las medidas adoptadas y de prevención.

Lo cierto es que si la ley entró en vigor en junio de 2018, hasta el estallido de la pandemia los equipos comerciales de los “mass media” tuvieron que dedicarse, en esos prácticamente 20 meses a encontrar otras fuentes de financiación alternativas para compensar esa pérdida de ingresos derivada de la publicidad de las “casas de contactos”, de los “masajes”, de “particulares desinteresadas”, de “restaurantes y bares” con “servicios extra”, fuentes, en definitiva, que ya hemos comentado anteriormente.

Así las cosas, el Consell destinó a publicidad institucional en el ejercicio 2021 un total de 14,4 millones de euros, según los datos recopilados en el Portal de Transparencia de la Generalitat Valenciana. Las campañas más caras del Consell en 2021 fueron las de Stop al foc, El Nadal es Valencià y Plan Resistir.

En 2020 esta cifra fue algo mayor: 14,8 millones de euros. Pero en 2019, antes de que hiciera acto de presencia la crisis sanitaria, se destinaron 12 millones, mientras que en 2018 se dio luz verde a una cantidad de 7,27 millones de euros para campañas e inserciones publicitarias. Dicho de otro modo, en cuatro años, de 2018 a 2021, se duplicaron los fondos de la Generalitat Valenciana para publicidad institucional.

No obstante, tras la puesta en marcha de la ley se han podido encontrar casos de algunas publicaciones o portales que esquivaban de algún modo la legislación, jugando incluso, por decirlo de algún modo, con dos barajas. Un ejemplo: "Trabajo demandas, Chico español oficial de peluquería unisex y masajista. Masaje tailandés. Casa y domicilio 659XXXXXX". Así rezaba un anuncio que se puede confundir perfectamente con un anuncio de contactos.

“Efectivamente, las leyes crean un marco que la pillería intenta romper con ejemplos como este. En ese sentido la administración competente debería establecer medidas para la inspección y revisión de los medios que reciben publicidad institucional para que se sea estricto”, reflexionaba Ferri al respecto.

Y es que, no hay que olvidar, que esta ley no prohíbe los anuncios de comercio sexual. Lo que prohíbe es que Generalitat, diputaciones, mancomunidades y ayuntamientos de la Comunidad Valenciana inserten publicidad institucional en medios que den cabida a este tipo de anuncios. Lo que sí hay que tener claro es que ha supuesto un paso más para cercar decididamente el negocio de la prostitución.

A finales de 2023 salieron publicados los datos de lo invertido por el Consell en publicidad institucional en el ejercicio 2022: 19 millones de euros, esto es, 4,6 millones de euros más. Vemos así que el “dinero público” vuelve a manar hacia los medios de comunicación, fondos que permiten a algunos de ellos, sobre todo los que mantienen el soporte papel, sobrevivir, más que nada después de que los anunciantes privados apuesten cada vez más por tener presencia en redes sociales, orientarse hacia la publicidad programática en plataformas digitales y contratar a *influencers* antes que pagar para aparecer en el tradicional soporte papel. La venta de periódicos en papel apenas ya es rentable y sus ventas se precipitan negativamente prácticamente día a día. Los anunciantes de prostitución también saben esto.

Por tanto, la otra cara de esta realidad sería estudiar si la publicidad de “contactos” que ha desaparecido de los medios de comunicación ha terminado por trasladarse amplificada o disminuida a los nuevos soportes digitales, es decir webs, plataformas sociales, aplicaciones, etcétera, sorteando así posibles controles en publicidad por parte de las distintas administraciones y facilitando este tipo de servicios ahora a una mayor audiencia si cabe. Audiencia cada vez más alejada de los medios de comunicación tradicionales a los que va a parar esa publicidad institucional.

Abandono precoz y persistencia en la práctica del baloncesto federado: una perspectiva de género

Raquel Gil Monllor¹
Ana M^a Martí de Olives^{2, 3, 4}
Joaquín Rubert Alemán^{2, 5}

¹Dpto. Sociología I. Universidad de Alicante

²Centro Interdisciplinar de Estudios de Género

³Grupo de Investigación en Economía, Cultura y Género

⁴Dpto. Tecnología Agroalimentaria. Universidad Miguel Hernández de Elche

⁵Federació de Triatló de la Comunitat Valenciana

1. Introducción

El abandono deportivo puede referirse a tres fenómenos diferentes: el retiro total de la práctica deportiva, el retiro provocado por un cambio de tipo de práctica deportiva — normalmente, cambiar el deporte de élite o federado por actividades deportivas recreativas— o al cambio de deporte practicado. Este trabajo se focaliza en el abandono del baloncesto federado, entendiendo este como una práctica deportiva de tipo competitivo, jurídicamente definida, profesionalizada en algunas modalidades y con una estructura de gestión.

Una de las potenciales causas de abandono de la práctica de un deporte tiene que ver con factores sociales. Socialización y deporte están unidos en tanto que la socialización que reciben los individuos hace que consideren la práctica deportiva como adecuada o no, en función de las características de la misma (Manuel García et al., 2014). Puesto que la socialización de las personas está fuertemente determinada por las relaciones de género, los factores que influyen en el abandono y la persistencia de la actividad deportiva son susceptibles de estar sometidos a condicionantes de género. En este sentido, algunas investigaciones indican que la participación en deportes federados representa un obstáculo para el desarrollo socialmente deseado de la vida profesional y social de las mujeres jóvenes. La dedicación a la educación superior, las primeras experiencias laborales, los primeros vínculos amorosos y el aumento de la sociabilidad desplazan a la actividad física como una prioridad para ellas (Julieta París, 2007; Alejandro César Martínez et al., 2012; Lars Erik Espedalen y Ørnulf Seippel, 2022; Olga Molinero et al., 2006; Anthony Battaglia et al., 2022), pudiendo llegar al abandono de la misma.

Pero además de estos hitos vitales de la persona que pueden interferir en la práctica deportiva, existen otros condicionantes del abandono precoz y/o la persistencia de la práctica de un deporte, y que se pueden estudiar desde una perspectiva de género, puesto que el deporte constituye un ámbito social donde las desigualdades entre mujeres y hombres todavía son palpables y persistentes. A pesar de los esfuerzos por integrar la perspectiva de género en las estructuras deportivas, aún se percibe una considerable

distancia para alcanzar la equidad, tanto en el ámbito de su práctica como en el de sus órganos de dirección y gestión (Élida Alfaro et al., 2018).

La brecha de género en el deporte se manifiesta en muy diversos ámbitos, de tipo sociológico, estructural, mediático, etc. En el ámbito sociológico, la adopción de comportamientos estereotipadamente masculinos por parte de las mujeres deportistas, así como la divergencia entre el físico atlético desarrollado y los cánones establecidos de belleza femeninos, son una muestra de ello (Joanna Burdzicka-Wołowik, 2012; Sohaila Shakib, 2003; Eva Pila et al., 2019; Montserrat Martín, 2006; Maria José Camacho-Miñano et al., 2021). En esta línea y particularmente en edades tempranas, Manuel García et al. (2014) indican que aquellas niñas que no renuncian a sus comportamientos feminizados tienen mayores problemas para seguir con la práctica deportiva, sobre todo al llegar a la adolescencia, cuando la falta de aceptación social se vuelve más difícil de ignorar.

Sin embargo, se ha evidenciado que las mujeres muestran una buena disposición para desafiar los estereotipos de género en el ámbito deportivo e introducirse en federaciones masculinizadas, mientras que es menos frecuente que los hombres se introduzcan en los escasos espacios deportivos feminizados (Consejo Superior de Deportes, 2022).

A pesar de ello, hay otros ámbitos en los que determinados factores acentúan la brecha de género en el deporte. Destaca el hecho de que las estructuras del deporte femenino se perciben como más débiles que las del masculino, haciendo difícil para muchas chicas involucrarse plenamente en sus prácticas deportivas, a lo que no es ajena la práctica del baloncesto (Anthony Battaglia et al., 2022; Leticia Martín, 2017). Además, en este último, también se detectan dificultades estructurales más acentuadas en el baloncesto escolar, siendo mayores en zonas rurales frente a zonas urbanas (Beau F. Scott et al., 2019).

Asimismo, se identifican diferencias de género en la nomenclatura asociada al deporte (Sophia Liles, 2022; Élida Alfaro et al., 2011), respaldando la perspectiva de Luce Irigaray (en María Cecilia Sánchez, 2016) sobre las etiquetas de género. Este fenómeno es patente en el baloncesto femenino español, donde la categoría profesional lleva la marca "Liga Femenina Endesa", mientras que su contraparte masculina carece de una designación de género.

En un intento de fomentar la participación continua de las mujeres en la práctica deportiva, la actividad física femenina en las competiciones de algunos deportes federados está sujeta a patrones de flexibilización, con el propósito de disminuir la exigencia competitiva (Eva Pila et al., 2019). Sin embargo, esta estrategia para mitigar el estrés competitivo contribuye, en muchos casos, al aumento de las diferencias percibidas en el rendimiento entre las categorías femeninas y masculinas (Belén Olmedilla et al., 2021; Lars Erik Espedalen y Ørnulf Seippel, 2022).

Por otro lado, la relevancia de la exposición mediática y el tratamiento de la práctica deportiva femenina resultan cruciales para configurar las actitudes sociales hacia dicha práctica. Según Élida Alfaro et al. (2011), el deporte femenino merece un espacio propio en los medios; no obstante, la televisión, la publicidad y la prensa presentan notables deficiencias y perpetúan estereotipos en la difusión de información, lo cual obstaculiza la formación de referentes femeninos en el ámbito deportivo. En este contexto, el actual

seleccionador español, Miguel Méndez, decía a sus jugadoras tras ganar la medalla de plata del Eurobasket Women (Federación Española de Baloncesto, 2023):

Es muy importante para el baloncesto femenino que tengamos la oportunidad [...] de tener campeonatos en verano, quiere decir que seguimos haciendo jugar a muchas niñas, saliendo en todos los medios y seguimos dándole marcha al tema baloncesto femenino [...] eso es muy importante, yo diría que incluso más que la medalla.

A esto cabe añadir que la asistencia a espectáculos deportivos también está masculinizada, lo cual se sostiene porque quienes asisten son mayoritariamente hombres y, además, en el 85% de los casos, se asiste a una competición masculina. Lo mismo sucede con el seguimiento por medios audiovisuales, donde los espectáculos deportivos masculinos suponen el 96,5% del total (La estrategia de Chapman, 2016; Ministerio de Cultura y Deporte, 2022).

Ahondando en el tema que nos ocupa, Antonio Santos et al. (2021) sugieren que la raíz del abandono precoz en la práctica deportiva femenina está en la asociación entre masculinidad y deporte, que relega a las mujeres a esferas alternativas y propicia lo que la mencionada autoría denomina "ceguera de género". Este concepto alude a la falta de reconocimiento y atención a las mujeres deportistas, lo cual perpetúa la visión de que los hombres son el modelo normativo en el deporte. Esta ceguera se manifiesta en la omnipresencia masculina en los puestos de gobierno de las federaciones deportivas, en la cobertura mediática y en la percepción general del público sobre quiénes son los deportistas.

Desde un punto de vista sociológico, se señala que la participación en actividades deportivas está mediada por cuatro instituciones y sus agentes sociales, presentes en el proceso de socialización: la familia, las amistades, las instituciones educativas y las instituciones deportivas (Manuel García et al., 2014; Mar Rovira, 2021; Manuel Folgar et al., 2013; Carmen B. Alonso et al., 2021; Lars Erik Espedalen y Ørnulf Seippel, 2022), por lo que el apoyo o no de estas instituciones puede influir tanto en la idea de abandono como en la de persistencia en el deporte. Según Manuel Folgar et al. (2013), el abandono del deporte es más notable entre las mujeres que provienen de entornos familiares con escasa conexión con el ámbito deportivo o que tienen antecedentes de abandono entre sus amistades o familiares.

Llegados hasta aquí, los objetivos que se plantean en esta investigación son: estudiar la percepción de las y los deportistas sobre la influencia de distintos factores en el abandono precoz y en la persistencia de la práctica de baloncesto federado de la Comunidad Valenciana, así como detectar posibles diferencias por razón de género en la influencia de dichos factores.

Con estos objetivos, el principal impacto que se espera es proporcionar una base para comprender y abordar las desigualdades de género en el baloncesto, con implicaciones para futuras investigaciones y acciones de cambio.

2. Procedimiento y metodología

El diseño metodológico ha sido de corte cuantitativo, con método de encuesta y técnica de cuestionario autoadministrado, dirigido a chicas y chicos de entre 16 y 18 años que practican baloncesto federado en la Comunidad Valenciana. La encuesta se realizó entre los meses de julio y agosto de 2023.

Los motivos de fijar estas edades son varios. A partir de los 16 años la competición federada se deja de considerar IR (Iniciación al Rendimiento) y deja de tener reglamentos adaptados para adherirse al reglamento de la Federación Internacional de Baloncesto (Reglamento FIBA); mientras que en los 18 años hallamos la frontera con la máxima categoría de edad —la categoría

senior—. Además, esta horquilla de edad —de 16 a 18 años— sería la más susceptible de ajustarse a la etapa de “adultez incipiente” en la que aumentan las responsabilidades, la independencia y se empieza a construir la identidad individual adulta (Anthony Battaglia et al., 2022). Por último, cabe destacar que, en el baloncesto femenino federado se ha indicado que las mayores tasas de abandono se registran entre los 16 y los 18 años (Mar Rovira, 2021).

En esta investigación, si bien no analizaremos los motivos por los que han abandonado aquellas personas que lo han hecho, sí que detectaremos posibles condicionantes y precipitantes que sean visibles entre quienes todavía practican baloncesto, analizándolos desde una perspectiva de género, desentrañando así las diferencias de esta problemática entre las chicas y los chicos.

2.1. Diseño del cuestionario

El cuestionario autoadministrado, presentado como Anexo de este capítulo, consta de 24 preguntas que abordan las características sociodemográficas básicas de las personas encuestadas y distintos aspectos relacionados con la práctica del baloncesto federado.

Estas preguntas se han planteado a través de la operacionalización de conceptos clave que se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Operacionalización de las dimensiones, variables y categorías del estudio con su correspondencia a las preguntas del cuestionario

Dimensión	Variables	Categorías
Datos sociodemográficos	Jugar en un club de baloncesto (federado) [P1]	• Sí (categoría que valida la realización del cuestionario) • No
	Sexo ¹ [P2]	• Hombre • Mujer • Otro
	Edad [P3]	• 16 • 17 • 18
	Provincia del club [P4]	• Castellón • Valencia • Alicante
	Tamaño de la población en la que se encuentra el club deportivo para el que se juega ² [P5]	• menor o igual a 2.000 habitantes • de 2.001 a 10.000 habitantes • de 10.001 a 50.000 habitantes • de 50.001 a 100.000 habitantes • de 100.001 a 400.000 habitantes • de 400.001 a 1.000.000 habitantes
	Distancia desde el hogar hasta las instalaciones de entrenamiento [P6]	• menos de 5km • entre 5km y 10km • entre 11km y 30km • entre 31km y 70km • entre 71km y 100km • Más de 100km

¹ Al estar refiriéndonos al deporte federado nos decantamos por utilizar como variable sociodemográfica el sexo registral, que será el que implique jugar en una sección masculina o femenina.

² Categorías coincidentes con el barómetro del CIS de mayo de 2023.

	Años que se ha estado practicando baloncesto en club(es) [P7]	• Menos de 2 años • de 2 a 4 años • de 5 a 7 años • de 8 a 10 años • más de 10 años
	Distribución de sexos en los equipos del club [P8]	• Sí, hay tanto sección femenina como masculina • Sí, es mixto, pero en mi categoría de edad no hay sección del sexo opuesto • No, solo hay sección femenina • No, solo hay sección masculina
	Frecuencia de entrenamiento de baloncesto (incluidas las actividades directamente dirigidas a mejorar el desempeño baloncestístico) [P9]	• 1 vez por semana • 2 veces por semana • 3 veces por semana • 4 veces o más por semana
	Número de clubes en los que se ha jugado [P10]	• 1 • Entre 2 y 4 • Más de 4
Motivaciones de cambios de club [P11]	Mejorar deportivamente o aumentar nivel de exigencia	• Sí • No
	Cambio de ciudad	
	Disputas con personas del club/equipo	
	Disolución del equipo/club	
	Rebajar el nivel de exigencia	
	Otros	
Apoyo recibido por parte de instituciones sociales para seguir jugando a baloncesto federado [P12]	(...) Familia	• Mucho • Bastante • Poco • Nada
	(...) Amistades	
	(...) Escuela (profesorado, cargos directivos, dpto. de orientación...)	
	(...) Clubes deportivos (cuerpo técnico, cargos del club...)	
Influencia para pensar en abandonar el baloncesto federado [P16]	(...) Familia	• Mucho • Bastante • Poco • Nada
	(...) Amistades	
	(...) Escuela (profesorado, cargos directivos, dpto. de orientación...)	
	(...) Clubes deportivos (cuerpo técnico, cargos del club...)	
Importancia de distintas motivaciones para decidir empezar a jugar al baloncesto federado [P13]	Por diversión	• Muy importante • Bastante importante • Poco importante • Nada importante
	Para estar con mis amistades o relacionarme con otra gente	
	Por influencia de familiares	
	Para hacer deporte	
	Para dedicarme profesionalmente al baloncesto	
	Por influencia del colegio	
	Por influencia de las redes sociales o medios de comunicación	

	Para mejorar mi apariencia física	
Influencia de distintos factores para pensar en dejar el baloncesto federado [P17]	Nivel de exigencia física y cambios en mi aspecto	• Mucho • Bastante • Poco • Nada
	Compaginarlo con los estudios	
	Trato desigual entre chicos y chicas a nivel deportivo	
	Elevada exigencia competitiva por parte del club/equipo	
	Compaginarlo con la vida social	
	Compaginarlo con otras aficiones	
	Presión deportiva por parte de familiares	
Plantearse abandonar el baloncesto federado	Frecuencia de pensamiento de abandono del baloncesto federado [P15]	• Casi todo el tiempo • Muchas veces • A veces • Nunca
	Probabilidad de seguir jugando tras cumplir los 18 años [P24]	• Muy probable • Algo probable • Poco probable • Nada probable
Referentes deportivos existentes	Baloncestista de referencia [P14]	[Categoría abierta, recodificada] • Es un hombre • Es una mujer
Consumo (contenido en cualquier plataforma o en directo, incluido redes sociales) de competiciones de baloncesto, según sean masculinas o femeninas, de la propia persona y de las instituciones sociales más próximas (familiares y amistades) ³	[P18] - Grado de consumo propio de baloncesto masculino - Grado de consumo propio de baloncesto femenino	• Muchas veces • Algunas veces • Pocas veces • Nunca
	[P19] - Grado de consumo de baloncesto masculino en familiares - Grado de consumo de baloncesto femenino en familiares	
	[P20] - Grado de consumo de baloncesto masculino en amistades - Grado de consumo de baloncesto femenino en amistades	
Suficiencia percibida de la exposición del baloncesto (en general y por tipo de competición) en los medios [P21]	Exposición del baloncesto, en general	Escala De 0 (Insuficiente) a 5 (Suficiente)
	Exposición del baloncesto masculino	
	Exposición del baloncesto femenino	
Estructura interna de los clubes	Proporción de entrenadoras y entrenadores que se ha tenido [P22]	• Siempre he tenido entrenadoras • Amplia mayoría de entrenadoras • Mayoría de entrenadoras • Equiparado • Mayoría de entrenadores • Amplia mayoría de entrenadores • Siempre he tenido entrenadores

³ Las otras dos instituciones (escuela y club deportivo) no resulta conveniente mentarlas en esta dimensión concreta, ya que probablemente los sujetos de investigación desconocen este dato.

	Proporción de directivas y directivos que hay en el club [P23]	• Amplia mayoría de directivas • Mayoría de directivas • Equiparado • Mayoría de directivos • Amplia mayoría de directivos • No lo sé con seguridad
--	---	--

Fuente: elaboración propia.

2.2. Diseño muestral

En relación al diseño muestral de la investigación, se establece que el universo poblacional abarca a las chicas y chicos de 16 a 18 años que participan en baloncesto federado en la Comunidad Valenciana. La unidad de muestreo se define como cada individuo que cumple con esta condición. La focalización en jugadoras y jugadores de baloncesto federado en activo, en lugar de en quienes han abandonado, se justifica en que los testimonios de quienes ya han dejado la práctica pueden estar sesgados, especialmente en cuanto a los motivos para persistir, ya que pueden minimizarse para justificar la decisión tomada. Se argumenta que entrevistar a individuos en actividad permite capturar las motivaciones en tiempo real, lo que facilita una comprensión más genuina del proceso de abandono o persistencia.

Se realiza un muestreo probabilístico simple. Este tipo de muestreo se adopta debido a la ausencia de interés en seleccionar casos específicos de la población objetivo, en virtud de que no se estima que haya casos particulares más relevantes que otros.

El cuestionario se difundió a través de las redes sociales X (antes Twitter) e Instagram, transmisión boca a boca y contacto directo con clubes vía correo electrónico o teléfono. Se ha tratado de recabar el máximo de respuestas posibles atendiendo a las limitaciones materiales y temporales, obteniendo finalmente una muestra probabilística formada por 74 personas, 35 chicos y 39 chicas. Posteriormente, conociendo el número de licencias federativas por edad y sexo de la temporada 2022/2023⁴, que fue proporcionado por la Federación de Baloncesto de la Comunidad Valenciana (70,3% de licencias masculinas y 29,7% de licencias femeninas entre 16 y 18 años), se aplicó un coeficiente de ponderación a la muestra antes de realizar el análisis estadístico, con el fin de dotar de una mayor representatividad a las respuestas obtenidas. La Tabla 2 expone la muestra obtenida y el consiguiente coeficiente de ponderación que se ha aplicado en base a dicha distribución de licencias.

Tabla 2. Distribución de licencias federativas según edad y sexo, muestra obtenida, coeficiente de ponderación y muestra ponderada

	Edad en 2023	Distribución de licencias federativas según edad y sexo ⁴	Muestra obtenida (nº individuos y porcentaje)	Coeficientes ponderación	Muestra ponderada (nº individuos y porcentaje)
HOMBRES	16	30,5%	18 (24,3%)	1,25	23 (30,5%)
	17	22,7%	11 (14,9%)	1,53	17 (22,7%)
	18	17,1%	6 (8,1%)	2,11	13 (17,1%)
MUJERES	16	13,7%	19 (25,7%)	0,53	10 (13,7%)
	17	9,2%	13 (17,6%)	0,52	7 (9,2%)
	18	6,8%	7 (9,5%)	0,72	5 (6,8%)

⁴ Dato facilitado internamente por la Federación de Baloncesto de la Comunidad Valenciana, correspondiente a la temporada 2022-2023.

El software de gestión y recopilación de respuestas al cuestionario ha sido Qualtrics XM (<https://www.qualtrics.com/es/>).

2.3. Análisis estadístico

El análisis estadístico se ha realizado con el software Statistical Package for the Social Sciences (IBM SPSS Statistics, versión 22), y se estructura en dos etapas: un análisis univariable y otro multivariable.

En la etapa univariable, se utilizan tablas de frecuencias para examinar la distribución de variables clave de forma individual, presentando recuentos y porcentajes de casos para cada categoría, revelando posibles patrones iniciales. Además, se calculan estadísticos descriptivos de tendencia central y dispersión, como mediana, moda, media y desviación típica/estándar, según el nivel de medición de la variable.

Destacar que, si bien a un nivel de estadística formal la mayoría de las variables no son de escala de intervalo, sino que son ordinales porque miden percepciones subjetivas cuyas diferencias entre categorías no son cuantificables de manera exacta, hacemos una reconversión asumiendo que cada una de las categorías puede corresponderse con un número del 1 al 4. Llevamos a cabo este proceso para las variables correspondientes a las preguntas P12, P13, P15, P16, P17, P18, P19, P20 y P24. En todos los casos el número 1 representa el valor más alto (de frecuencia, probabilidad, etc.) y el 4 el valor más bajo.

La fase de análisis multivariable se basa en tablas de contingencia, que cruzan variables categóricas relevantes para mostrar la distribución conjunta de casos. Este paso es crucial para evaluar asociaciones, probar hipótesis y descubrir patrones significativos.

La medida utilizada para determinar la significación estadística de estas asociaciones es la prueba de Chi-cuadrado de Pearson, evaluando si las diferencias observadas son estadísticamente significativas o atribuibles al azar. En la evaluación de asociaciones, se realiza un análisis de residuos corregidos para examinar la consistencia de las asociaciones observadas entre diferentes categorías de las variables cruzadas. Este enfoque contribuye a identificar modelos más sutiles en los datos.

Para dichas pruebas estadísticas las interpretaciones que utilizaremos son las siguientes (Vidal Díaz de Rada, 2009):

- Tomaremos el valor de Chi-cuadrado de Pearson como indicador de una relación significativa siempre que su nivel de significación (P-valor) se encuentre por debajo de 0,05.
- Los residuos corregidos se tomarán como indicadores de la consistencia de la relación entre las categorías de 2 o más variables. Si el valor del residuo es positivo, la relación es directamente proporcional y si es negativo, la relación es inversamente proporcional, teniendo en cuenta los siguientes rangos relativos a su significación estadística:
 - Si tienen un valor superior a +1,96 o inferior a -1,96, indican un nivel de confianza del 95%.
 - Si tienen un valor superior a +2,58 o inferior a -2,58, indican un nivel de confianza del 99%.

3. Resultados

3.1. Análisis univariable

En este apartado se presentan los resultados más destacados del análisis univariable, en el que se ha estudiado el comportamiento de las variables de forma individual. Se ha analizado la distribución de frecuencias de las variables categóricas y las medidas de tendencia central y dispersión en las variables continuas, tanto las que ya lo eran como las ordinales que han sido transformadas.

En cuanto a la **frecuencia de pensamientos de abandono en jugadoras y jugadores de baloncesto federado** (P15), se observa que la media $\pm$ desviación típica es de $3,27 \pm 0,67$ (cercano a 3, que se corresponde con “A veces”) y la moda se encuentra también en la categoría “A veces”, representando el 51,2% de los casos. En la variable que evalúa la **probabilidad de seguir jugando a baloncesto después de cumplir los 18 años** (P24), la media $\pm$ desviación típica es de $1,5 \pm 0,65$ (entre 1=Muy probable y 2=Algo probable) y la moda es “Muy probable”, abarcando el 54,9% de las respuestas. Notablemente, ningún participante indica que sea “Nada probable” que continúe jugando a baloncesto tras la mayoría de edad.

Aunque estos resultados muestran una adherencia importante a la práctica del baloncesto federado, también sugiere la posibilidad de sesgos cognitivos al verbalizar los pensamientos de abandono, ya que las y los participantes tienden a expresar estos más claramente (“A veces”) en comparación con las probabilidades reales de abandonar, que las visualizan al preguntarles por las probabilidades de seguir jugando, donde predomina la respuesta “Muy probable”.

En cuanto a los factores que pueden influir en el abandono y la persistencia del baloncesto federado, los resultados revelan que la familia y los clubes son las principales **fuentes de apoyo entre las instituciones sociales para seguir jugando al baloncesto** (P12), con una media $\pm$ desviación típica de $1,6 \pm 0,84$ y $1,72 \pm 0,878$ respectivamente (donde 1 es “Mucho” y 2 es “Bastante”), y la moda situada en la categoría “Mucho”. Aunque la moda es similar en ambas instituciones, se destaca que la mediana para la familia es “Mucho”, mientras que para los clubes es “Bastante”, sugiriendo un impacto más significativo de la familia en la percepción de apoyo, a pesar de ser una institución menos vinculada al ámbito deportivo que los clubes.

Se observa también un valor positivo de apoyo en las amistades, con una media $\pm$ desviación típica de $1,91 \pm 0,88$ (donde 2 es “Bastante”). En contraste, la escuela muestra una menor influencia, con una moda de “Poco” apoyo y una media de 2,69 (donde 3 es “Poco”) y una desviación típica de 1,04.

En cuanto a la **influencia de las instituciones sociales en los pensamientos de abandono** (P16), ninguna parece desempeñar un papel determinante, ya que las medias se sitúan por encima de 3 puntos para todas ellas (donde 3 es “Poco” y 4 es “Nada”). La mediana y la moda también coinciden en la categoría “Nada” para las cuatro instituciones sociales, indicando que los pensamientos de abandono están más vinculados a acciones o situaciones específicas y no a impactos generales de las instituciones sociales. Cabe destacar que, en coherencia con las puntuaciones de apoyo, la familia ejerce una influencia mínima en los pensamientos de abandono, con una media de 3,75 y una desviación típica de 0,54.

En cuanto al **consumo de competiciones de baloncesto por parte de jugadoras y jugadores** (P18), **sus familiares** (P19) y **sus amistades** (P20), destaca una mayor prevalencia en el consumo de baloncesto masculino de manera generalizada, con estadísticos alrededor de la categoría “Algunas veces” para el baloncesto masculino, y “Pocas veces” para el femenino. En cuanto al consumo de baloncesto femenino, resulta menos frecuente entre las amistades y familiares (con

estadísticos cercanos a “Pocas veces y “Nunca”) que entre las jugadoras y jugadores (con estadísticos alrededor de “Algunas veces”).

En relación con la **suficiencia de exposición mediática del baloncesto** (P21), los resultados indican aspectos relevantes desde una perspectiva de género. Siendo los extremos de la escala 0 = “Insuficiente” y 5 = “Suficiente”, la consulta sobre baloncesto en general indica una exposición con valores elevados (media de 3,52; desviación estándar de 1,03; moda y mediana de 4). No obstante, al centrarse en el baloncesto masculino, las puntuaciones experimentan un leve incremento (media de 3,90; desviación estándar de 0,85; mediana y moda de 4), mientras que se registran notables descensos al indagar sobre el baloncesto femenino (media de 2,14; desviación estándar de 1,12; mediana y moda de 2). Estos resultados indican una clara disparidad en la percepción de las y los deportistas encuestados sobre la exposición mediática del baloncesto femenino y masculino, siendo la de este último notablemente más destacada.

3.2. Análisis multivariable

A continuación, se muestran los resultados del análisis estadístico multivariable a través de las tablas de contingencia (tablas 3 a 8) que han mostrado una relación estadísticamente significativa entre variables (P -valor $< 0,05$) y que presentan suficiente consistencia en las relaciones entre categorías de las variables que se cruzan (nivel de confianza de los residuos corregidos $> 95\%$).

La Tabla 3 relaciona la variable sexo con la frecuencia de pensamientos de abandono. Aunque la mayoría de deportistas, tanto mujeres como hombres, contestaron “A veces” o “Nunca”, el 18,2% de mujeres (y ningún hombre) respondieron “Muchas veces”, siendo los residuos corregidos de la categoría “Mujer y “Muchas veces” superiores a 2,58 y con signo positivo, por lo que se puede asumir una relación directamente proporcional entre estas dos categorías de respuesta al 99% de nivel de confianza. Esto sugiere que las jugadoras muestran una mayor propensión a pensar en abandonar el baloncesto federado en comparación con los jugadores, cuyo residuo corregido en la categoría “Muchas veces” es también superior a 2,58 pero de signo contrario, mostrando una relación significativa e inversamente proporcional entre las categorías “Hombre” y “Muchas veces”.

Tabla 3. Tabla de contingencia para las variables Sexo (P2) y Frecuencia de pensamiento de abandono del baloncesto federado (P15)

		Casi todo el tiempo	Muchas veces	A veces	Nunca	TOTAL
Hombre	Recuento	2	0	27	20	49
	% dentro de Sexo	4,1%	0,0%	55,1%	40,8%	100%
	Residuo corregido	-0,1	-3,1	0,8	0,7	
Mujer	Recuento	1	4	10	7	22
	% dentro de Sexo	4,5%	18,2%	45,5%	31,8%	100%
	Residuo corregido	0,1	3,1	-0,8	-0,7	
TOTAL	Recuento	3	4	37	27	71
	% dentro de Sexo	4,2%	5,6%	52,1%	38%	100%

Fuente: Elaboración propia. P -valor de Chi-cuadrado de Pearson = 0,023

Además, los residuos corregidos (aunque no obtengan valores significativos) son de signo negativo para los hombres en la categoría “casi todo el tiempo”, mientras que para las mujeres lo son en “a veces” y “nunca”, lo cual indica que las mujeres tienden a no adscribirse a los valores correspondientes a menor frecuencia de pensamientos de abandono, mientras que los hombres tienden a no adscribirse a los valores de mayor frecuencia.

En la Tabla 4, en la que se relaciona la variable sexo con el número de clubes en los que han jugado, se observa que las mujeres se encuentran equitativamente repartidas entre las categorías “1” y “Entre 2 y 4”, mientras que los hombres se concentran en la categoría “1” en un 75% de las ocasiones. Adicionalmente, los residuos corregidos nos indican que existe una asociación directamente proporcional, al 95% de nivel de confianza, entre ser hombre y haber estado en un solo club y entre ser mujer y haber estado entre 2 y 4 clubes, por lo que las jugadoras exhiben una mayor frecuencia de cambios de club que los jugadores.

Tabla 4. Tabla de contingencia para las variables Sexo (P2) y Número de clubes en los que se ha jugado (P10)

		1	Entre 2 y 4	TOTAL
Hombre	Recuento	39	13	52
	% dentro de Sexo	75%	25%	100%
	Residuo corregido	2,1	-2,1	
Mujer	Recuento	11	11	22
	% dentro de Sexo	50%	50%	100%
	Residuo corregido	-2,1	2,1	
TOTAL	Recuento	50	24	74
	% dentro de Sexo	4,2%	5,6%	100%

Fuente: Elaboración propia. P-valor de Chi-cuadrado de Pearson = 0,036

La Tabla 5 muestra la relación entre la variable sexo y la variable distancia desde el hogar hasta las instalaciones de entrenamiento. A pesar de que la mayor parte de los jugadores (el 82,7%) y algo más de la mitad de las jugadoras (el 52,2%) tienen las instalaciones a menos de 10 Km de su casa, puede observarse en los residuos corregidos que la categoría “Menos de 5 km” obtiene una asociación significativa (al 99% de nivel de confianza) y directamente proporcional con los hombres; mientras que la categoría “Entre 31 km y 70 km” está significativamente asociada (al 95% de nivel de confianza) con las mujeres y es directamente proporcional, por lo que puede asumirse que las jugadoras enfrentan distancias más extensas que los jugadores para ir a entrenar.

Tabla 5. Tabla de contingencia para las variables Sexo (P2) y Distancia desde el hogar hasta las instalaciones de entrenamiento (P6)

		Menos de 5 km	Entre 5 km y 10 km	Entre 11 km y 30 km	Entre 31 km y 70 km	Entre 71 km y 100 km	Más de 100 km	TOTAL
Hombre	Rec.	43	9	0	0	0	0	52
	% dentro de Sexo	82,7%	17,3%	0%	0%	0%	0%	100%
	Residuo correg.	2,8	-0,9	-1,5	-2,2	-1,5	-1,5	
Mujer	Rec.	12	6	1	2	1	1	23
	% dentro de Sexo	52,2%	26,1%	4,3%	8,7%	4,3%	4,3%	100%
	Residuo correg.	-2,8	0,9	1,5	2,2	1,5	1,5	
TOTAL	Rec.	55	33	3	2	10	11	75
	% dentro de Sexo	73,3%	20%	1,3%	2,7%	1,3%	1,3%	100%

Fuente: Elaboración propia. P-valor de Chi-cuadrado de Pearson = 0,016

En cuanto al tamaño de la población donde se encuentran los clubes, la Tabla 6 muestra que las mujeres encuestadas pertenecen a clubes ubicados en poblaciones de mayor tamaño que las de los clubes de los hombres. Se aprecia que existe una asociación significativa al 99% de nivel de confianza, y directamente proporcional, entre la categoría “Hombre” y el tamaño “de 2.001 a 10.000 habitantes” (la categoría de menor población); así como la que existe, al 95% de nivel de confianza, entre la categoría “Mujer” y “De 100.001 a 400.000 habitantes” (la segunda categoría de mayor población).

Tabla 6. Tabla de contingencia para las variables Sexo (P2) y Tamaño de la población en la que se encuentra el club deportivo en el que se juega (P5)

		De 2.001 a 10.000 hab.	De 10.001 a 50.000 hab.	De 50.001 a 100.000 hab.	De 100.001 a 400.000 hab.	De 400.001 a 1.000.000 hab.	TOTAL
Hombre	Recuento	18	23	2	4	6	53
	% dentro de Sexo	34%	43,4%	3,8%	7,5%	11,3%	100%
	Residuo corregido	3,1	-0,2	-0,2	-2,3	-1,3	
Mujer	Recuento	0	10	1	6	5	22
	% dentro de Sexo	0%	45,5%	4,5%	27,3%	22,7%	100%
	Residuo corregido	-3,1	0,2	0,2	2,3	1,3	
TOTAL	Recuento	18	33	3	10	11	75
	% dentro de Sexo	24%	44%	4%	13,3%	14,7%	100%

Fuente: Elaboración propia. P-valor de Chi-cuadrado de Pearson = 0,009

En la tabla 7, mediante el análisis del residuo corregido se observa que la probabilidad de que los chicos elijan a un baloncestista de referencia y las chicas elijan a una baloncestista tienen una asociación directamente proporcional con un nivel de confianza superior al 99%. Pero, además, se observa que las chicas tienden a mencionar con mayor frecuencia a un jugador entre sus referentes en el baloncesto (en el 37,5% de las ocasiones) que los chicos a una jugadora (solo en un 6,7% de los casos), lo cual ilustra la marcada masculinización presente en la representación mediática y en el imaginario colectivo del baloncesto.

Tabla 7. Tabla de contingencia para las variables Sexo (P2) y Baloncestista de referencia (P14)

		Es un hombre	Es una mujer	TOTAL
Hombre	Recuento	42	3	45
	% dentro de Sexo	93,3%	6,7%	100%
	Residuo corregido	4,7	-4,7	
Mujer	Recuento	6	10	16
	% dentro de Sexo	37,5%	62,5%	100%
	Residuo corregido	-4,7	4,7	
TOTAL	Recuento	48	10	69
	% dentro de Sexo	17,4%	14,5%	100%

Fuente: Elaboración propia. P-valor de Chi-cuadrado de Pearson = 0,000

Por último, en lo que respecta a la relación entre el apoyo familiar a las jugadoras y el grado de consumo de baloncesto femenino por parte las familias, aunque no se encontró una relación

significativa al 95% entre las variables, el P-valor en la categoría de consumo “Nunca” se quedó bastante cerca (P-valor = 0,087), por lo que se muestran los resultados obtenidos en dicha categoría en la Tabla 8. En base al residuo corregido, se observa una relación directamente proporcional para las jugadoras, entre la categoría “Nunca” en consumo de baloncesto femenino de familiares y la categoría de apoyo familiar “Poco”, por lo que se puede decir que cuando la familia no consume baloncesto femenino, la falta de apoyo familiar percibida por la deportista es más acentuada.

Tabla 8. Tabla de contingencia para la variable Sexo (P2) y Apoyo percibido por parte de la familia para seguir jugando a baloncesto federado (P13, cuando la respuesta a la pregunta sobre el Grado de consumo de baloncesto femenino en familiares es “Nunca”-P20, categoría “Nunca”-)

			Mucho	Bastante	Poco	Nada	TOTAL
Nunca	Hombre	Recuento	7	12	0	2	21
		% dentro de Sexo	33,3%	57,1%	0,0%	9,5%	100,0%
		Residuo corregido	-,6	1,2	-2,3	,6	
	Mujer	Recuento	2	1	1	0	4
		% dentro de Sexo	50,0%	25,0%	25,0%	0,0%	100,0%
		Residuo corregido	,6	-1,2	2,3	-,6	
	Total	Recuento	9	13	1	2	25
		% dentro de Sexo	36,0%	52,0%	4,0%	8,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia. Chi-cuadrado de Pearson = 0,087

4. Discusión

A pesar de que las jugadoras y jugadores encuestados en el presente trabajo han mostrado una adherencia importante al baloncesto federado, la observación de una inclinación más pronunciada entre las mujeres jóvenes hacia la consideración de abandonar precozmente este deporte es consistente con otras investigaciones en el deporte en general (Antonio Santos et al., 2021; Manuel Folgar et al., 2013) y en el baloncesto en particular (Mar Rovira, 2021).

El apoyo de la familia para seguir jugando al baloncesto, tanto para las chicas como para los chicos, se ha mostrado primordial, seguido de cerca por los clubes y, en tercer lugar, por las amistades, no habiendo sido percibida por las y los deportistas encuestados la influencia de ninguna de las instituciones sociales en los pensamientos de abandono. En esta investigación, a pesar de que hay evidencias de que la familia, como agente de socialización primario en la práctica deportiva, tiene un papel determinante en la posible transmisión de estereotipos de género deportivos (Manuel García et al., 2014; Mar Rovira, 2021), no se ha demostrado que influya negativamente. Solo en el caso de las jugadoras cuyas familias no consumen baloncesto femenino se ha mostrado una tendencia a percibir menor apoyo familiar, lo que sugiere que es importante la vinculación de las familias con el deporte en cuestión, para la persistencia de las mujeres en el deporte que practican.

Entre otros factores que pueden obstaculizar la participación deportiva de las mujeres, y que posiblemente expliquen la mayor predisposición al abandono, se ha mostrado que, en comparación con los hombres, las mujeres tienden a cambiar de club con mayor frecuencia, suelen formar parte de clubes ubicados en poblaciones mayores y residen a mayores distancias de las instalaciones de entrenamiento.

Los cambios de club frecuentes, en ocasiones, reflejan dificultades para asentarse en un club que pueda satisfacer las necesidades y aspiraciones de las y los deportistas. Las razones de estos

cambios pueden ser de muy distinta índole. Aunque en la presente investigación no se han obtenido diferencias significativas entre chicas y chicos respecto a la influencia de los factores individuales a la hora de condicionar el abandono del baloncesto federado, algunos trabajos apuntan a que las disputas con entrenadores/as y otras personas de los clubes merecen una atención adicional como posibles condicionantes del abandono deportivo femenino (Gilles Rüfenacht, 2016).

Por otro lado, las observaciones obtenidas sobre el mayor tamaño de las poblaciones donde se encuentran los clubes de las chicas, en comparación con los de los chicos, así como las mayores distancias del hogar que deben recorrer ellas para entrenar, podrían responder al hecho de que en poblaciones pequeñas, donde el deporte base es más reducido, es menos probable la existencia de clubes exclusivamente femeninos, por lo que la atención a las jugadoras podría ser deficiente. Esta circunstancia podría justificar la búsqueda de estructuras más grandes de club por parte de las deportistas para satisfacer sus necesidades y aspiraciones, lo que las obligaría a recorrer mayores distancias hasta el lugar de entrenamiento.

Acorde con estas sugerencias, la literatura resalta una influencia importante de las estructuras deportivas débiles sobre la práctica deportiva femenina (Anthony Battaglia et al., 2022; Leticia Martín, 2017; Gilles Rüfenacht, 2016) así como del menor desarrollo deportivo en entornos rurales, frente a urbanos, sugiriendo un impacto más marcado en las jugadoras jóvenes (Beau F. Scott et al., 2019).

Por último, otro de los condicionantes de género que se han manifestado en la percepción de las y los deportistas encuestados en la presente investigación, es la falta de suficientes referentes femeninos y la marcada masculinización del baloncesto en los medios y en el imaginario colectivo. La falta de referentes claros dificulta que las chicas construyan su identidad en torno a la práctica deportiva, asimilando estereotipos de género que masculinizan el deporte (Anthony Battaglia et al., 2022; Manuel García et al., 2014), lo cual no ayuda a fomentar la persistencia en el deporte federado por parte de las chicas.

5. Conclusiones y comentarios finales

Los hallazgos de esta investigación ofrecen una primera visión de los desafíos que enfrentan las jóvenes jugadoras en su trayectoria en el baloncesto federado, resaltando la necesidad de abordar aspectos que contribuyen a la desigualdad de género en este contexto específico.

En el presente estudio, se ha mostrado que los pensamientos de abandono en las jugadoras de baloncesto son más frecuentes que en los jugadores, habiendo indicios de la existencia de condicionantes de género que motivan el abandono de la práctica del baloncesto federado durante las etapas formativas.

Se han identificado factores estructurales que hacen más difícil la práctica deportiva en las jugadoras, respecto a los jugadores, como tener mayor dificultad para asentarse en un club que cumpla con sus necesidades y aspiraciones (reflejado en cambios de club más frecuentes), vivir más lejos de las instalaciones de entrenamiento y pertenecer a clubes de poblaciones más grandes, probablemente debido a la inexistencia de clubes femeninos o sectores femeninos dentro de los clubes de pueblos pequeños.

Asimismo, se ha detectado una falta de referentes femeninos, así como una marcada imagen masculinizada del baloncesto en los medios y en el imaginario colectivo, suponiendo sendos factores de riesgo de un abandono precoz más pronunciado en las chicas que en los chicos, así como un freno a la persistencia en el baloncesto femenino.

Finalmente, cabe resaltar que en los pensamientos de abandono de jugadoras y jugadores no se ha señalado una influencia importante de las instituciones sociales, como la familia, los clubes, las amistades o la escuela, pero sí se ha considerado importante el apoyo de las mismas para seguir jugando, primordialmente de la familia, seguida de los clubes y las amistades, siendo menor la influencia de la escuela.

Así pues, esta investigación pone de manifiesto la existencia de factores de riesgo más pronunciados para las mujeres en comparación con los hombres, motivando la necesidad de abordar con mayor profundidad este fenómeno. Un análisis cualitativo exhaustivo de estos factores, y de otros, se plantea como una vía esencial para comprender cómo afectan a las mujeres y si realmente inciden en sus consideraciones de abandonar el baloncesto federado.

De forma adicional, durante el transcurso de la investigación se ha detectado que hay dificultades importantes para poder llevar a cabo investigaciones con perspectiva de género en el ámbito deportivo, motivadas principalmente por la falta de accesibilidad a censos y datos estadísticos. Las conversaciones informales durante el trabajo de campo evidencian una preocupación por la problemática del abandono temprano en mujeres dentro de la comunidad baloncestística. No obstante, la insuficiencia de datos de calidad para la realización de estudios y mediciones pertinentes indica que la incorporación de la perspectiva de género en este ámbito no ha alcanzado la profundidad requerida. Por ello, es imperativo subrayar que, a pesar de la existencia de iniciativas a nivel nacional, como Basket Girlz para el baloncesto específicamente, o el programa Universo Mujer del Consejo Superior de Deportes, destinadas a promover la igualdad de género y reducir los posibles factores que contribuyen al abandono femenino en la práctica deportiva, tales acciones no han generado una conciencia institucional sobre la necesidad de disponer de datos de acceso público. Este déficit de información obstaculiza la generación de estudios académicos diversificados y rigurosos que sean cruciales para abordar eficazmente el problema en cuestión.

En definitiva, el abandono deportivo tiene condicionantes de género que afectan tanto a la dimensión social como individual de quienes juegan. Y, a pesar de que esta problemática es de dominio público, desde la perspectiva académica hace falta un mayor desarrollo que permita detectar las causas concretas de manera óptima y fiable, para que los proyectos de impulso de la igualdad sean rigurosos y lleguen a buen puerto.

6. Referencias

6.1. Bibliografía citada

- Alfaro Gandarillas, Élide, Bengoechea Bartolomé, Mercedes y Vázquez Gómez, Benilde. (2011). *Hablamos de deporte: en femenino y en masculino*. Madrid: Instituto de la Mujer (Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad). <https://www.fagde.org/en-femenino-y-en-masculino-hablamos-de-deporte>
- Alfaro Gandarillas, Élide, Mayoral, Ángel y Vázquez, Benilde. (2018). Factores que condicionan el acceso de las mujeres a los puestos de responsabilidad en el deporte. En *Seminario “Mujer y deporte” INEF-MADRID*. <https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2019-04/Factores%20%28NIPO%29.pdf>
- Alonso Gómez, Carmen B., Rosa Camacho, Neila y Ruiz Herrero, Francisco. (2021). Gender stereotypes in physical education. *ESHPA - Education, Sport, Health and Physical Activity*, 5(1), 27-40. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.4141365>

- Battaglia, Anthony, Kerr, Gretchen y Tamminen, Katherine. (2022). A grounded theory of the influences affecting youth sport experiences and withdrawal patterns. *Journal of Applied Sport Psychology*, 34(4), 780-802. <https://doi.org/10.1080/10413200.2021.1872732>
- Burdzicka-Wołowik, Joanna. (2012). Psychological gender of women taking up typically masculine sports activity. *Biomedical Human Kinetics*, 4, 24-28. <https://doi.org/10.2478/v10101-012-0005-1>
- Camacho-Miñano, Maria José, Gray, Shirley, Sandford, Rachel y MacIsaac, Sarah. (2021). Young women, health and physical activity: tensions between the gendered fields of Physical Education and Instagram. *Sport, Education and Society*, 27(7), 803-815. <https://doi.org/10.1080/13573322.2021.1932455>
- Consejo Superior de Deportes. (2022). Estadística de Deporte Federado. Licencias federadas según sexo y comunidad autónoma por federación. DEPORTEData. <https://estadisticas.mecd.gob.es/DeporteJaxiPx/Datos.htm?path=/d1/f1/a2012//10/&file=D1F01002.px>
- Díaz de Rada, Vidal. (2009). Análisis de datos de encuesta. Desarrollo de una investigación completa utilizando SPSS. Barcelona: Editorial UOC.
- Espedalen, Lars Erik y Seippel, Ørnulf. (2022). Dropout and social inequality: young people's reasons for leaving organized sports. *Annals of Leisure Research*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/11745398.2022.2070512>
- Federación Española de Baloncesto (@baloncestoesp). (2023, junio 26). La CHARLA de @miguelmmendez en el vestuario tras proclamarnos Subcampeonas del #EuroBasketWomen [Post en X]. <https://x.com/BaloncestoESP/status/1673398218695249920>
- Folgar Isorna, Manuel, Ruiz Juan, Francisco y Rial Boubeta, Antonio. (2013). Variables predictoras del abandono de la práctica físico-deportiva en adolescentes. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 8(23), 93-102. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=163028052002>
- García Ferrando, Manuel, Puig Barata, Nuria y Lagardera Otero, Francisco. (2014). *Sociología del deporte* (3a ed.). Madrid: Alianza Editorial.
- La estrategia de Chapman. (2016). Situación de la mujer en el panorama deportivo español e internacional. Madrid: Consejo Superior de Deportes. <https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2021-06/Situacion%20de%20la%20Mujer%20en%20el%20panorama%20deportivo.pdf>
- Liles, Sophia. (2022). Lady Lions, Lady Tigers, and Lady Bears, Oh My Naming Female Athletic Teams With “Lady”. [Tesis doctoral, Scripps College]. https://scholarship.claremont.edu/scripps_theses/1900

- Martín Dionis, Leticia. (2017). Mujer y baloncesto: análisis del baloncesto senior femenino en Canarias desde una perspectiva de género. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de La Laguna]. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/6483>
- Martín Horcajo, Montserrat. (2006). Contribución del feminismo de la diferencia sexual a los análisis de género en el deporte. *Revista Internacional de Sociología*, 64(44), 111-131. <https://doi.org/10.3989/ris.2006.i44.30>
- Martínez Baena, Alejandro César, Chillón, Palma, Martín-Matillas, Miguel, Pérez López, Isaac, Castillo, Ruth, Zapatera, Belén, Vicente-Rodríguez, Germán, Casajús, José Antonio, Álvarez-Granda, Lino, Romero Cerezo, Cipriano, Tercedor, Pablo y Delgado-Fernández, Manuel. (2012). Motivos de abandono y no práctica de actividad físico-deportiva en adolescentes españoles: estudio Avena. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 12(1), 45-54. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1578-84232012000100005&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Ministerio de Cultura y Deporte. (2022). Encuesta de hábitos deportivos en España 2022. Madrid: Ministerio de Cultura y Deporte. <https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2022-12/Encuesta%20de%20H%C3%A1bitos%20Deportivos%20en%20Espa%C3%B1a%202022%20Resultados%20detallados.pdf>
- Molinero, Olga, Salguero, Alfonso, Tuero, Concepción, Álvarez, Eduardo y Márquez, Sara. (2006). Dropout reasons in young Spanish athletes: Relationship to gender, type of sport and level of competition. *Journal of Sport Behavior*, 29(3), 255-269. https://www.researchgate.net/publication/261878325_Dropout_reasons_in_young_Spanish_athletes_relationship_to_gender_type_of_sport_and_level_of_competition
- Olmedilla, Aurelio, Cánovas, Marta, Olmedilla-Caballero, Belén y Ortega, Enrique. (2021). Características psicológicas relevantes para el rendimiento deportivo: diferencias de género en fútbol juvenil. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 21(2), 127-137. <https://doi.org/10.6018/cpd.417711>
- París Cristóbal, Julieta. (2007). El abandono temprano de la práctica deportiva federada en la mujer. En Casanova Larrayad, Manuel, & Muniesa Ferrero, Alfonso (Eds.), *Mujer y deporte: Jornadas sobre Mujer y Deporte*, 18 y 19 de mayo de 2007. Zaragoza: Departamento de Educación, Cultura y Deporte.
- Pila, Eva, Sabiston, Catherine M., Mack, Diane E., Wilson, Philip M., Brunet, Jennifer, Kowalski, Kent C. y Crocker, Peter R. E. (2020). Fitness- and appearance-related self-conscious emotions and sport experiences: A prospective longitudinal investigation among adolescent girls. *Psychology of Sport and Exercise*, 47. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2019.101641>
- Rovira, Mar. (2021). Estudio sobre las causas de abandono de la práctica del baloncesto en jugadoras jóvenes y propuestas de intervención. <https://www.proyectobasketgirlz.com/proyecto.php>

- Rüfenacht, Gilles. (2016). Des femmes dans des pratiques sportives masculines: motifs d'engagement et de désengagement. [Travail de mémoire, Université de Neuchâtel]. https://www.academia.edu/31932189/Des_femmes_dans_des_pratiques_sportives_masculines_motifs_dengagement_et_de_desengagement
- Sánchez, María Cecilia. (2016). Hannah Arendt and Luce Irigaray: The language of plurality and the intersubjectivity in the public and the private spheres. *Universum* (Talca), 31(2), 205-228. <https://doi.org/10.4067/S0718-23762016000200013>
- Santos Ortega, Antonio, Grau Muñoz, Arantxa y Muñoz Rodríguez, David. (2021). Mujer y deporte en la Comunitat Valenciana. Género, desigualdades deportivas y buenas prácticas para la igualdad. Càtedra d'Estudis Esportius de la Universitat Politècnica de València: Editorial UPV. https://www.catedraupvesports.com/files/ugd/c91a38_dee516cc7885464280ccdc9aae9f19d9.pdf
- Scott, Beau F., Johnson, James E., Lower, Leeann M. y Wanless, Elizabeth A. (2019). Competitive balance in interscholastic basketball: An examination of policy and non-policy factors. *Journal for the Study of Sports and Athletes in Education*, 13(3), 191-213. <https://doi.org/10.1080/19357397.2019.1674592>
- Shakib, Sohaila. (2003). Female Basketball Participation: Negotiating the Conflation of Peer Status and Gender Status from Childhood through Puberty. *American Behavioral Scientist*, 46(10), 1405-1422. <https://doi.org/10.1177/0002764203046010008>

6.2. Bibliografía adicional (obras consultadas no citadas)

- Alaminos, Antonio y Castejón, Juan Luis. (2006). *Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión*. Alicante: Universidad de Alicante. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/20331>
- Calabuig, Amparo. (2020, octubre 28). La formación, en femenino. FBCV [Página Web Oficial]. <https://www.fbcv.es/noticias/la-formacion-en-femenino/>
- Carter-Thuillier, Bastian, Carter-Beltran, Juan, Cresp Barría, Mauricio y Ojeda Nahuelcura, Rodrigo. (2016). El abandono deportivo desde una perspectiva psicosocial. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 12(1), 103-120. <https://doi.org/10.18004/riics.2016.julio.103-120>
- Castillo Fernández, Isabel, Balaguer Solá, Isabel, & Duda, Joan L. (2000). Las orientaciones de meta y los motivos de práctica deportista en los jóvenes deportistas valencianos escolarizados. *Revista de psicología del deporte*, 9(1-2), 37-50. <https://ddd.uab.cat/pub/revpsidep/19885636v9n1-2/19885636v9n1-2p37.pdf>
- Cecchini, Jose Antonio, Méndez, Antonio, & Contreras, Onofre Ricardo. (2005). *Motivos de abandono de la práctica del deporte juvenil* (1ª ed.). Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

- Crane, Jeff, & Temple, Vivienne. (2015). A systematic review of dropout from organized sport among children and youth. *European Physical Education Review*, 21(1), 114-131. <https://doi.org/10.1177/1356336X14555294>
- DECRETO 2/2018, de 12 de enero, del Consell, por el que se regulan las entidades deportivas de la Comunitat Valenciana. (2018). [2018/520]. https://dogv.gva.es/portal/ficha_disposicion_pc.jsp?sig=000623/2018&L=1
- Díaz De Rada, Vidal, & Martínez, Valentín. (2020). Diseños muestrales en hogares: diferencias y similitudes entre muestras probabilísticas y muestras con rutas y cuotas. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 171, 23-42. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.171.23>
- Díaz de Rada, Vidal. (2012). Ventajas e inconvenientes de la encuesta por Internet. *Papers: revista de sociologia*, 97(1), 193-223. <https://raco.cat/index.php/Papers/article/view/248512>
- EL MUNDO. (2014, diciembre 22). El año de las mujeres. EL MUNDO [Versión electrónica]. <https://www.elmundo.es/album/deportes/2014/12/22/5497ffa4ca474127528b4572.html>
- Elliott, Sam, Drummond, Murray, Prichard, Ivanka, Lewis, Lucy, Drummond, Claire, Litchfield, Catherine, Mysko, Emilea, O'Donnell, Kayleigh, & Truskewycz, Hayley. (2022). The promotion of sporting opportunities for girls and young females and the implications for traditional female sports: a qualitative descriptive study. *Sport in Society*, 26(5), 1-22. <https://doi.org/10.1080/17430437.2022.2080059>
- Fabregat, Salvador. (2011, diciembre 22). La mujer en el baloncesto de la Comunidad Valenciana. Fbcvblog [Blog]. <https://www.fbcv.es/blog/2011/12/la-mujer-en-el-baloncesto-de-la-comunidad-valenciana/>
- Federación de Baloncesto de la Comunitat Valenciana (FBCV). (2021, febrero 13). La Generalitat proroga nuevamente la suspensión de las competiciones. FBCV [Página Web Oficial]. <https://www.fbcv.es/noticias/la-generalitat-prorroga-nuevamente-la-suspension-de-las-competiciones/>
- Federación de Baloncesto de la Comunitat Valenciana (FBCV). (2018). Estatutos FBCV adaptados al DECRETO 2/2018, de 12 de enero, del Consell, por el que se regulan las entidades deportivas de la Comunitat Valenciana. <https://www.fbcv.es/documentos/estatutos-fbcv/>
- Federación de Baloncesto de la Comunitat Valenciana (FBCV). (2020, mayo 27). Volveremos con mucha ilusión. FBCV [Página Web Oficial]. <https://www.fbcv.es/noticias/volveremos-con-mucha-ilusion/>
- Federación Española de Baloncesto (FEB). (2023, julio 25). Canastón de Anna Cruz para un histórico doblete olímpico. FEB [Página Web Oficial]. <https://www.feb.es/2023/7/25/baloncesto/2016-canaston-anna-cruz-para-historico-doblete-olimpico/94957.aspx>

- Fédération Internationale de Basketball (FIBA). (2013). 2013 EuroBasket Women | ARCHIVE.FIBA.COM. Archive FIBA. [Página Web Oficial]. <https://archive.fiba.com/pages/eng/fa/event/p/sid/8743/ /2013 EuroBasket Women/index.html>
- Fink, Janet S. (2015). Female athletes, women's sport, and the sport media commercial complex: Have we really "come a long way, baby"? *Sport Management Review*, 18(3), 331-342. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.05.001>
- Francés, Francisco, Alaminos, Antonio, Penalva-Verdú, Clemente y Santacreu, Oscar. (2014). El proceso de medición de la realidad social: la investigación a través de encuestas. Cuenca: PYDLOS Ediciones. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/52605>
- Ley 2/2011, de 22 de marzo, del deporte y la actividad física de la Comunitat Valenciana. (2011). <https://www.boe.es/eli/es-vc/l/2011/03/22/2>
- Miñana, Fernando. (2023, 13 de mayo). El Valencia Basket femenino, de la nada a campeón en nueve años. *El País*. <https://elpais.com/deportes/2023-05-13/el-valencia-basket-femenino-de-la-nada-a-campeon-en-nueve-anos.html>
- Mosquera, Maria José y Puig i Barata, Nuria. (2005). Género y edad en el deporte. En García Ferrando, Manuel, Puig i Barata, Nuria y Lagardera Otero, Francisco (Eds.), *Sociología del deporte* (2a ed. actualizada). Madrid: Alianza Editorial.
- Ordóñez, Angélica. (2011). Género y deporte en la sociedad actual. *Polémika*, 3(7), 106-113. <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/404>
- Quiroga, Jorge. (2014, 5 de octubre). España se divierte en el oro Mundial de Estados Unidos. MARCA.com. <https://www.marca.com/2014/10/05/baloncesto/seleccion/1412538307.html>
- Sagarzazu Olaizola, Itxasne y Lallana Del Rio, Ibone. (2012). La influencia de los estereotipos de género tradicionales en la participación deportiva de las mujeres y su reproducción en los medios de comunicación. En I Congreso Internacional de Comunicación y Género [Libro de actas] (pp. 2032-2047). <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/38818/Pages%20from%20LIBRO%20ACTAS%20I%20CONGRESO%20COMUNICACI%C3%93N%20Y%20G%C3%89NERO11-6.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sau, Victoria. (2001). *Diccionario ideológico feminista: Vol. II* (1. ed.). Barcelona: Icaria. <https://www.legisver.gob.mx/equidadNotas/publicacionLXIII/Victoria%20Sau%20-%20Diccionario%20>
- Serra, Pedrona, Soler, Susanna, Camacho-Miñano, Maria José, Rey-Cao, Ana y Vilanova, Anna. (2019). Gendered Career Choices: Paths Toward Studying a Degree in Physical Activity and Sport Science. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01986>

- Slater, Amy y Tiggemann, Marika. (2010). "Uncool to do sport": A focus group study of adolescent girls' reasons for withdrawing from physical activity. *Psychology of Sport and Exercise*, 11(6), 619-626. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2010.07.006>
- Táboas Pais, María Inés y Rey Cao, Ana. (2011). Los modelos corporales en la actividad física y el deporte: hacia una superación de los estereotipos desde la educación física escolar. *Revista Española de Educación Física y Deportes: REEFD*, 392, 99-118. <https://www.reefd.es/index.php/reefd/article/view/247/238>
- Torregrossa, Miquel, Viladrich, Carme, Ramis Laloux, Yago, Azócar, Fernando, Latinjak, Alexander T. y Cruz Feliu, Jaume. (2011). Efectos en la percepción del clima motivacional generado por los entrenadores y compañeros sobre la diversión y el compromiso: diferencias en función de género. *Revista de psicología del deporte*, 20, 243-255. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=235119302017>

7. Anexo

Cuestionario sobre las motivaciones para el abandono/persistencia en el baloncesto federado entre los chicos y las chicas de entre 16 y 18 años.

1. ¿Estás jugando en club de baloncesto actualmente?
 - a. Sí, juego en un club de baloncesto
 - b. No, no practico baloncesto en un club
2. Sexo
 - a. Hombre
 - b. Mujer
 - c. Otro
3. Edad: _____
4. Provincia del club deportivo al que perteneces
 - a. Castellón
 - b. Valencia
 - c. Alicante
5. Tamaño de la población en la que se encuentra el club deportivo al que perteneces
 - a. menor o igual a 2.000 habitantes
 - b. de 2.001 a 10.000 habitantes
 - c. de 10.001 a 50.000 habitantes
 - d. de 50.001 a 100.000 habitantes
 - e. de 100.001 a 400.000 habitantes
 - f. de 400.001 a 1.000.000 de habitantes
6. Distancia desde el hogar hasta las instalaciones de entrenamiento
 - a. menos de 5km
 - b. entre 5km y 10km
 - c. entre 11km y 30km
 - d. entre 31km y 70km
 - e. entre 71km y 100km
 - f. Más de 100km
7. Años que llevas practicando baloncesto en club(es)
 - a. Menos de 2 años
 - b. de 2 a 4 años
 - c. de 5 a 7 años
 - d. de 8 a 10 años
 - e. más de 10 años
8. ¿Existe sección femenina y masculina en tu club?
 - a. Sí, hay tanto sección femenina como masculina
 - b. No, solo hay sección masculina
 - c. No, solo hay sección femenina
 - d. Sí, pero en mi categoría de edad no hay sección del sexo opuesto

9. ¿Cuántas veces por semana entrenas a baloncesto?
Incluye también aquellas actividades físico-deportivas directamente dirigidas a mejorar tu desempeño en este deporte. No incluyas competiciones o partidos.
- 1 vez por semana
 - 2 veces por semana
 - 3 veces por semana
 - 4 veces o más por semana
10. ¿En cuántos clubes de baloncesto has jugado?
- 1
 - Entre 2 y 4
 - Más de 4
11. (Si en P10 la respuesta es distinta a “1”) ¿Qué causas han motivado en mayor medida tu(s) cambio(s) de club?
Selecciona todas aquellas que consideres importantes.
- Mejorar deportivamente o aumentar el nivel de exigencia
 - Cambio de ciudad
 - Disputas con personas del club/equipo
 - Disolución del equipo/club
 - Rebajar el nivel de exigencia
 - Otros
12. ¿En qué medida te han apoyado para seguir jugando a baloncesto federado...?

	Mucho	Bastante	Poco	Nada
Tus familiares	☐	☐	☐	☐
Tus amistades	☐	☐	☐	☐
Desde la escuela (profesorado, cargos directivos, Dpto. de orientación...)	☐	☐	☐	☐
Desde tu club deportivo (cuerpo técnico, cargos del club...)	☐	☐	☐	☐

13. Señala la importancia de cada uno de los siguientes factores a la hora de que decidieras empezar a jugar al baloncesto federado:

	Muy importante	Bastante importante	Poco importante	Nada importante
Por diversión	☐	☐	☐	☐
Para estar con mis amistades o relacionarme con otra gente	☐	☐	☐	☐
Por influencia de familiares	☐	☐	☐	☐
Para hacer deporte	☐	☐	☐	☐
Para dedicarme profesionalmente al baloncesto	☐	☐	☐	☐
Por influencia del colegio	☐	☐	☐	☐
Por influencia de las redes sociales o medios de comunicación	☐	☐	☐	☐
Para mejorar mi apariencia física	☐	☐	☐	☐

14. ¿Quién es tu baloncestista de referencia? Escribe su nombre.

15. ¿Has pensado en abandonar el baloncesto federado alguna vez?

- a. Casi todo el tiempo
- b. Muchas veces
- c. A veces
- d. Nunca

16. ¿En qué medida crees que han influido en este pensamiento de abandonar...?

	Mucho	Bastante	Poco	Nada
Tus familiares	☐	☐	☐	☐
Tus amistades	☐	☐	☐	☐
Desde la escuela (profesorado, cargos directivos, Dpto. de orientación...)	☐	☐	☐	☐
Desde tu club deportivo (cuerpo técnico, cargos del club...)	☐	☐	☐	☐

17. ¿En qué medida han influido los siguientes factores para que hayas podido pensar en dejar el baloncesto federado?

	Mucho	Bastante	Poco	Nada
Compaginarlo con mis estudios	☐	☐	☐	☐
Compaginarlo con otras aficiones	☐	☐	☐	☐
Compaginarlo con mi vida social	☐	☐	☐	☐
Presión deportiva por parte de familiares	☐	☐	☐	☐
Elevada exigencia competitiva por parte del club/equipo	☐	☐	☐	☐
Trato desigual entre chicos y chicas a nivel deportivo	☐	☐	☐	☐
Los cambios en mi aspecto físico por el aumento de la exigencia	☐	☐	☐	☐

18. ¿Con qué frecuencia consumes...?

Consumir en cualquier plataforma o en directo, incluido redes sociales

	Muchas veces	Algunas veces	Pocas veces	Nunca
Baloncesto masculino	☐	☐	☐	☐
Baloncesto femenino	☐	☐	☐	☐

19. ¿Con qué frecuencia consumen tus familiares...?

Consumir en cualquier plataforma o en directo, incluido redes sociales

	Muchas veces	Algunas veces	Pocas veces	Nunca
Baloncesto masculino	☐	☐	☐	☐
Baloncesto femenino	☐	☐	☐	☐

20. ¿Con qué frecuencia consumen tus amistades...?

Consumir en cualquier plataforma o en directo, incluido redes sociales

	Muchas veces	Algunas veces	Pocas veces	Nunca
Baloncesto masculino	☐	☐	☐	☐
Baloncesto femenino	☐	☐	☐	☐

21. ¿Consideras que el baloncesto en nuestro país tiene una exposición en los medios...?

Insuficiente

Normal

Suficiente

0

1

2

3

4

5

Baloncesto, en general

[illegible]

Baloncesto masculino

[illegible]

Baloncesto femenino

22. ¿Qué proporción de entrenadoras y entrenadores has tenido en el tiempo que llevas jugando a baloncesto?

[illegible]

23. ¿Qué proporción de directivas y directivos hay en tu club?

- Amplia mayoría de directivas
- Mayoría de directivas
- Equiparado
- Mayoría de directivos
- Amplia mayoría de directivos
- No lo sé con seguridad

24. Trata de imaginar cómo será tu vida cuando cumplas la mayoría de edad. ¿Con qué probabilidad crees que seguirás jugando en un club de baloncesto tras cumplir los 18 años?

- Muy probable
- Algo probable
- Poco probable
- Nada probable