



cauce

REVISTA



Revista Internacional de Filología,
Comunicación y sus Didácticas

Número 41 (2019)



Centro Virtual
Cervantes

Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla



Editorial Universidad de Sevilla

Grupo de Investigación Literatura, Transtextualidad y
Nuevas Tecnologías de la Universidad de Sevilla

Editorial Universidad de Sevilla

Fundadores de *Cauce*:

M^a Elena Barroso Villar, Alberto Millán Chivite y Juan Manuel Vilches Vitiennes

Director honorario: Alberto Millán Chivite

Director: Pedro Javier Millán Barroso

Secretario: Manuel Antonio Broullón Lozano

Entidad Editora: *Cauce. Revista Internacional de Filología, Comunicación y sus Didácticas*

Publican: Editorial Universidad de Sevilla y Centro Virtual Cervantes

COMITÉ CIENTÍFICO

Universidad de Sevilla: Purificación Alcalá Arévalo, Elena Barroso Villar, Julio Cabero Almenara, Diego Gómez Fernández, Pedro J. Millán Barroso, Fernando Millán Chivite, M^a Jesús Orozco Vera, Ángel F. Sánchez Escobar, Antonio José Perea Ortega, María Ángeles Perea Ortega, Antonio Pineda Cachero, Ana M^a Tapia Poyato, Concepción Torres Begines, Rafael Utrera Macías, Manuel Ángel Vázquez Medel.

Otras Universidades españolas: Francisco Abad (UNED), Manuel G. Caballero (UPO, Sevilla), Manuel A. Broullón Lozano (Complutense), Luis Pascual Cordero Sánchez (Francisco de Vitoria, Madrid), Arturo Delgado (Las Palmas), José M^a Fernández (Rovira i Virgili, Tarragona), M^a Rosario Fernández Falero (Universidad de Extremadura), M^a Teresa García Abad (CSIC), José Manuel González (Extremadura), M^a Dolores Carmona Henríquez (Vigo), M^a Vicenta Hernández (Salamanca), Antonio Hidalgo (Valencia), Rafael Jiménez (Cádiz), Antonio Mendoza (Barcelona), Salvador Montesa (Málaga), Antonio Muñoz Cañavate (Universidad de Extremadura), M^a Rosario Neira Piñeiro (Oviedo), José Polo (Autónoma de Madrid), Alfredo Rodríguez (La Coruña), Julián Rodríguez Pardo (Universidad de Extremadura), Carmen Salaregui (Navarra), Antonio Sánchez Trigueros (Granada), Domingo Sánchez-Mesa Martínez (Granada), José Luis Sánchez Noriega (Complutense), Hernán Urrutia (País Vasco), José Vez (Santiago de Compostela), Santos Zunzunegui (País Vasco).

Universidades extranjeras: Frieda H. Blackwell (Baylor, Waco, Texas, EE.UU.), Carlos Blanco-Aguinaga (California, EE.UU.), Fernando Díaz Ruiz (ULB, Bélgica), Robin Lefere (ULB, Bélgica), Silvia Cristina Leirana Alcocer (Universidad Autónoma de Yucatán, México), Francesco Marsciani (Alma Mater Studiorum-Università di Bologna), John McRae (Nottingham, Reino Unido), Angelina Muñiz-Huberman (UNAM, México), Edith Mora Ordóñez (Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile), Sophie Morand (París II, Sorbona, Francia), Christian Puren (Saint-Etienne, Francia), Carlos Ramírez Vuelvas (Colima, México), Ada Aurora Sánchez Peña (Colima, México), Claudie Terrasson (Marne-la-Vallée, París, Francia), Angélica Tornero (México).

COLABORADORES (no doctores)

Lidia Morales Benito (Université Libre de Bruxelles, Bélgica), Mario Fernández Gómez (Universidad de Sevilla), José Eduardo Fernández Razo (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México), Raquel Díaz Machado (Universidad de Extremadura), Maria Francescatti (Universidad de Sevilla)

CONSEJO DE REDACCIÓN

Director: Pedro J. Millán. **Secretario:** Manuel Broullón

M^a Elena Barroso Villar, Ana María Tapia Poyato, Fernando Millán Chivite

TRADUCTORES

Inglés: Manuel G. Caballero, Luis Pascual Cordero Sánchez, Pedro J. Millán.

Francés: Manuel G. Caballero, M^a del Rosario Neira Piñeiro, Claudie Terrasson.

Italiano: Maria Francescatti, Manuel Broullón, Pedro J. Millán.

CONTACTO (REDACCIÓN, SUSCRIPCIÓN Y CANJE)

www.revistacauce.es / info@revistacauce.com

ANAGRAMA: Pepe Abad

Revista incluida en índices de calidad LATINDEX, ERCE, REDIB, Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico ESCI (Emerging Sources Citation Index – Thompson&Reuters)

El número 41 (2019) de *Cauce. Revista Internacional de Filología, Comunicación y sus Didácticas* ha sido financiado por: Grupo de Investigación *Literatura, Transtextualidad y Nuevas Tecnologías* (HUM-550).

Inscripción en el REP. n.º 3495, tomo 51, folio 25/1

ISSN: 0212-0410. D.L.: SE-0739-02.

© Revista Cauce

Maqueta e imprime: Ediciones Alfara S.A.

Todos los artículos han sido sometidos a proceso de revisión por doble par ciego.

Han colaborado en este número los doctores: Elisa Alonso Jiménez (Universidad Pablo de Olavide), Andrés Canga Alonso (Universidad de La Rioja), José Antonio Calzón (Universidad de Cantabria), M^a. Luisa Cárdenas (Centro Universitario San Isidoro, Sevilla), Santiago Gómez De la Cruz (Universidad de República, Uruguay), Jesús Gómez de Tejada Fuentes (Universidad de Sevilla), Gema Gómez Rubio (Universidad de Castilla La Mancha), Magdalena Guerrero Cano (Universidad de Granada), Jessica Jasso Ayala (Universidad de Monterrey, México), Tatiana Millán Paredes (Universidad de Extremadura), David Orrego Carmona (Aston University, Reino Unido), Enrique Ortiz Aguirre (Universidad Complutense de Madrid), Luis Pascual Cordero (Universidad Francisco de Vitoria), M^a. Azucena Penas Ibáñez (Universidad Autónoma de Madrid), Julián Rodríguez Prado (Universidad de Extremadura).

Artículos recibidos: 15

Artículos aceptados: 9

Artículos rechazados: 6

ÍNDICE

1. MONOGRÁFICO: UTOPIÍA, ANTIUTOPIÍA Y DISTOPÍA:

DISCURSOS Y PRÁCTICAS SUBVERSIVAS EN LA CONTEMPORANEIDAD 7

BROULLÓN-LOZANO, MANUEL A. Y MILLÁN BARROSO, PEDRO JAVIER

Introducción al número monográfico “Utopía, Antiutopía y Distopía:
discursos y prácticas subversivas en la contemporaneidad” 9

ADDIS, M^a CRISTINA

U-topos, o l’assenza di luogo 11

DÍEZ COBO, ROSA M^a.

Parajes de la desolación en la Literatura Hispanoamericana. La imaginación
posapocalíptica en *El impostor* de Antonio Malpica y *Subte* de Rafael Pinedo 23

MARSCIANI, FRANCESCO

La ciudad y su imagen 45

MARTÍN SANZ, ÁLVARO

Camboya año cero. La reconstrucción de la antiutopía de los Jemeres Rojos
en *La imagen perdida* (2013) de Rithy Pahn 53

MONTIEL CONTRERAS, CARLOS URANI Y FRANCO DE LA O, MARÍA YAZTIL

La utopía antropológica del nuevo reino de San Francisco:
Fray Marcos de Niza y el sueño americano 77

2. MISCELÁNEA 105

ARAYA CERDA, CARLOS Y VILARROIG MARTÍN, JAIME

El Quijote, las virtudes y algunas aplicaciones contemporáneas 107

HERNÁNDEZ CARRERA, RAFAEL M.

La comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje:
su papel en el aula como herramienta educativa 133

MOSQUERA CASTRO, ESTEFANÍA Y CARBALLAL MIÑÁN, PATRICIA

“Da narrativa de tradición oral ás aulas”: una propuesta educativa
intergeneracional para revitalizar el gallego, mejorar la competencia
comunicativa del profesorado y valorar la literatura de tradición oral 157

ROJO-PAJARES, TERESA Y BARROS-DEL RÍO, MARÍA AMOR

El sesgo de género en las imágenes de los libros de texto
de inglés de educación secundaria 179

EL SESGO DE GÉNERO EN LAS IMÁGENES DE LOS LIBROS DE TEXTO DE INGLÉS DE EDUCACIÓN SECUNDARIA

GENDER BIAS IN THE IMAGES OF TEXT BOOKS OF ENGLISH FOR SECONDARY EDUCATION

<http://dx.doi.org/10.12795/CAUCE.2018.i41.10>

ROJO-PAJARES, TERESA
UNIVERSIDAD DE BURGOS, (ESPAÑA)
Máster por la Universidad de Burgos
Código ORCID: orcid.org/0000-0003-2490-9588
teresa94rojo@gmail.com

BARROS-DEL RIO, MARÍA AMOR
UNIVERSIDAD DE BURGOS, (ESPAÑA)
PROFESORA CONTRATADA DOCTORA
Código ORCID: orcid.org/0000-0003-2537-7405
abarros@ubu.es

Recibido: 12/11/2018
Aceptado: 07/06/2019

Resumen: El objetivo de este trabajo es establecer en qué medida existe un sesgo de género en los materiales docentes utilizados para la enseñanza del inglés en la Educación Secundaria Obligatoria a través de las imágenes reales contenidas en los libros de dos prestigiosas editoriales. A partir de unos indicadores determinados, se realiza un estudio estadístico descriptivo que proporciona información cuantitativa sobre los estereotipos y modelos presentados al alumnado. Esta información se completa con un análisis cualitativo basado en una adaptación del modelo propuesto por Cunningsworth (1995). A la luz de los datos obtenidos, se realiza un estudio comparativo para determinar el sesgo de género en los libros de texto y establecer qué áreas precisarían una intervención.

Palabras clave: Lengua extranjera, género, libros de texto, educación secundaria, material visual.

Abstract: The objective of this article is to detect the gender bias contained in the images of the coursebooks of English as a Second Language of two prestigious publishing houses at Secondary Education level. Based on some specific indicators, a longitudinal study is conducted to provide quantitative information on the stereotypes and models presented to the students. In addition, this information is complemented by a qualitative analysis based on an adaptation of Cunningsworth's model (1995). In the light of the data obtained, a longitudinal and comparative study is carried out to determine how gender inequality is reflected. Indications for future intervention are suggested.

Keywords: Foreign language, gender, coursebooks, secondary education, visual material.

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con diversos estudios (Norton y Pavlenko 2004; Ehrlich 1997), el género es una faceta propia de la identidad social que influye y es influida por otros aspectos constitutivos del ser humano, como pueden ser raza, etnia, clase, sexualidad, (dis)capacidad, edad y estatus social. Así, no debe entenderse como una dicotomía excluyente ni como una cuestión de propiedad individual, sino como un sistema de relaciones sociales y prácticas discursivas completo y diferenciado según cada contexto. Numerosos trabajos en el ámbito del feminismo, la lingüística y la educación han cuestionado la relación entre el género “como algo no siempre visible pero siempre presente” (Sunderland 2000: 203) y el aprendizaje de una segunda lengua. Tal como señala Jiménez Catalán (2005), el aprendizaje de una segunda lengua está mediatizado no solo por los contenidos de los textos que se trabajan, sino también por la propia percepción de la profesión docente, altamente feminizada. Así, desde la década de 1970 comienza a existir un interés sobre la representación del género en los materiales docentes de inglés como segunda lengua o lengua extranjera (Graham 1975, Hartman y Judd 1978), constatándose entonces una preeminencia de la representación masculina en categorías como la visibilidad, los roles o el lenguaje entre otras. Esta tendencia parece continuar en las siguientes décadas (Sunderland, 1992; Gailea 2013), quedando las mujeres representadas en puestos de trabajo de menor calidad y estatus o en una condición secundaria en la representación profesional y en los diálogos utilizados en los libros de texto, por ejemplo. Como analizan Amini y Birjandi (2012), estas diferencias de representación en los libros de texto transmiten mensajes subliminales sobre el sesgo de género que el alumnado percibe de forma inconsciente y ello conduce a adquirir o reforzar una imagen sexista, opresiva y discriminatoria de la sociedad. Diversos estudios (Cameron, 1990; Gharbavi y Mousavi, 2012) coinciden en que en base al tratamiento de género en los materiales de texto, el alumnado juzga lo que se le presenta como una situación normal. Así, las mujeres observan que su rol se ve limitado en muchos ámbitos de la sociedad y esto puede crearles un sentimiento de exclusión y escasas expectativas de su pleno desarrollo en el mundo real.

En el ámbito español también se han realizado algunos estudios significativos. Así, el análisis realizado por Molina (1994) concluye un ligero avance gracias a la incorporación de la mujer en trabajos realizados tradicionalmente por el hombre, como por ejemplo la profesión de enólogo; sin embargo, la otra cara del estudio muestra que los estereotipos de género siguen presentes, ya que el porcentaje de mujeres presentadas en imágenes continúa siendo menor que el de los

hombres y los roles asociados al sexo femenino son el de recepcionista, enfermera, ama de casa o costurera. También Jiménez Catalán (1997) analiza los temas transversales presentes en los libros de inglés y llega a la conclusión de que en aquellas unidades donde se trata el tema de la igualdad de sexos, las editoriales no introducen imágenes que suscitan una discriminación de género, presentando a chicos y chicas realizando deportes, ayudando en las tareas domésticas y compartiendo las mismas actividades de ocio y tiempo libre. Más recientemente, Guíjarro Ojeda (2005) analiza libros de texto de inglés de cinco editoriales utilizadas en España y destaca la reducción de la desigualdad de género en algunas de ellas gracias a la incorporación y representación de la mujer en deportes extremos, su papel como aficionada al fútbol o su representación como piloto de helicópteros, entre otros ejemplos. Si bien esto es un avance, ese estudio también detecta la presencia de los estereotipos de género tradicionales en el trabajo de los cuidados en otras editoriales. Por su parte, Rascón-Moreno (2014) analiza la presencia o ausencia de las cuestiones de género en los temas transversales de los libros de inglés en España y concluye que de 46 libros analizados, la perspectiva de género solo es detectable en un 15%. A la luz de los trabajos mencionados, resulta evidente la presencia de un sesgo de género en los libros de inglés en España. Esto, sumado a la escasez y obsolescencia de las investigaciones realizadas justifica la necesidad de una valoración actualizada sobre la presencia o ausencia de sesgo de género en los libros de texto siguiendo la categorización analítica establecida por Sunderland (1992), quien distingue por una parte el área del lenguaje, un aspecto que requiere especial atención en cuanto al uso de ciertas palabras que pudieran presentar la superioridad de un sexo sobre otro y que numerosos trabajos han abordado (Appleby, 2009; Norton, 1997; Pennycook, 2008). Por otra parte, se considera el proceso de aprendizaje y el papel que ejercen los y las docentes en dicho proceso, cuestión ampliamente estudiada también (Otlowski, 2003; Norton y Pavlenko, 2004; Youngs y Youngs, 2001). Por último, Sunderland propone el estudio de los materiales utilizados en el aula, tales como gramáticas, diccionarios o libros de texto como objeto de análisis.

Este trabajo se centra en el análisis cuantitativo y cualitativo de las imágenes reales presentes en una selección de libros de texto para la asignatura de lengua extranjera inglés para todos los niveles de Educación Secundaria Obligatoria en el territorio español. Para ello, se procede a un análisis cuantitativo en base a unos indicadores predeterminados, y a otro cualitativo tratando de dar respuesta a una batería de preguntas. Se desarrollan los resultados por separado y luego conjuntamente, para poder llegar finalmente a las conclusiones más relevantes del estudio.

2. ESTUDIO DE CASO: LAS IMÁGENES REALES EN LAS EDITORIALES OXFORD Y CAMBRIDGE

Los libros de texto escogidos para la realización de este trabajo corresponden a las siguientes editoriales: Oxford University Press (OUP) y Cambridge University Press (CUP). La primera es considerada una de las mayores editoriales a nivel internacional y mantiene un liderazgo de mercado en inglés británico (especialmente en Europa) al tiempo que publica en inglés americano a través de Pearson. Por su parte, Cambridge University Press es la editorial más antigua del mundo con un gran prestigio a nivel internacional (Giles et al., 2008). Para este estudio se han escogido los libros de texto *English Plus 1, 2, 3 y 4* de la editorial Oxford University Press (Wetz y Halliwell, 2010) y *Smart Planet 1, 2, 3 y 4* de la editorial Cambridge University Press (Goldstein y Jones, 2015), que en el territorio español se suelen emplear como libros de texto de la asignatura de inglés como lengua extranjera en los cursos de 1º a 4º ESO, comprendiendo las edades de 12 a 16 años. Ambas propuestas se caracterizan por ser libros de texto de enseñanza del inglés especialmente pensados para alumnado de habla española, según indican en las páginas introductorias de sus libros, lo que les convierte en objeto de estudio adecuado al territorio español.

El análisis se realiza sobre las imágenes reales que aparecen en estos ocho volúmenes, ya que se las considera materiales auténticos y pertenecen a la categoría “material visual auténtico” (Genhard 1996). Este concepto, que incluye postales, señales de tráfico, imágenes de los periódicos y revistas, puede ampliarse a recursos como internet, artículos periodísticos, noticias de la radio, billetes de tren, canciones o videos, entre otros (Al Azri y Al-Rashdi, 2014), pues todos ellos proporcionan una gran variedad de información con la que trabajar. En un amplio sentido, los materiales auténticos son una serie de recursos que se emplean con la idea de preparar al alumnado a enfrentarse a las situaciones de la vida real (Herrington y Oliver 2000). Además, tienen como objetivo animar al alumnado a imitar las situaciones del mundo en el que viven, reflejado en los manuales (Herod 2002). Por todo ello se considera que las imágenes se han convertido en un componente integral de la representación del lenguaje y la cultura (Giaschi 2000) y así, diversos estudios vinculan el uso de materiales auténticos en los libros de texto de un segundo idioma con la motivación (Peacock 1997; Gilmore 2007; Al Azri y Al-Rashdi 2014), lo que consiguientemente induce a establecer una relación directa entre la percepción de materiales auténticos y un aprendizaje favorable. La etapa evolutiva del alumnado que cursa educación secundaria es también una cuestión clave, pues

estos jóvenes se encuentran en pleno desarrollo de su identidad tanto social como personal (López-Navajas 2014), por lo que las imágenes que perciben en los libros de texto podrán influir de manera positiva o negativa en la formación de estas identidades. En base a estas razones, se realiza a continuación un análisis cuantitativo y cualitativo de las imágenes reales que aparecen en libros de texto seleccionados de lengua inglesa con el objeto de dilucidar en qué medida existe un sesgo de género en dichas representaciones gráficas.

3. METODOLOGÍA

La metodología seguida para el estudio analítico de los textos seleccionados consta de dos fases. En la primera, se combinan el análisis cuantitativo y el análisis cualitativo de las imágenes reales de los libros escogidos. En la segunda, se realiza un estudio comparativo que contrasta los resultados obtenidos del análisis cuantitativo entre ambas editoriales con el fin de establecer similitudes y diferencias. Esta doble aproximación permite no solo afianzar los resultados obtenidos de modo cualitativo con las evidencias cuantitativas, sino también distinguir las diferencias entre las dos editoriales seleccionadas.

En cuanto al estudio de las imágenes, aquellas que son más dudosas para su clasificación en las distintas áreas se analizan con más detenimiento, centrándose en cada detalle que pueda revelarnos con exactitud su organización más adecuada.

3.1 Análisis cuantitativo

Para el análisis cuantitativo se ha seguido una serie de indicadores seleccionados por la objetividad y la simplicidad de la información que pueden arrojar: edad y sexo de las personas representadas, actividad o profesión que están realizando y contexto en el que aparecen (ámbito público o privado). En relación con la edad, se seleccionan unos intervalos específicos con el objetivo de señalar la representación del género en diferentes etapas: niñez (menor de 18 años), adolescencia (18 a 30 años), edad adulta (a partir de 30 años). El indicador del sexo permite hacer un sondeo sobre el porcentaje total de mujeres y hombres representados en las imágenes. En cuanto a la actividad o profesión, este índice contribuye a explicar en qué medida se siguen mostrando los antiguos estereotipos de género. El último indicador utilizado en este estudio, el contexto, permite distinguir dos ámbitos principales de actuación: doméstico (tradicionalmente vinculado al sexo femenino)

y público (tradicionalmente vinculado al sexo masculino). Aunque para la selección de imágenes solo se tienen en cuenta aquellas que presentan de forma clara la información requerida en cada indicador analizado, es esperable que en una imagen aparezcan varios indicadores o que estos estén presentes de forma tangencial en una o varias imágenes. Cuando esto ocurra, se escogerá el indicador más determinante en cada caso.

3.2 Análisis cualitativo

Para el análisis cualitativo se ha recurrido a la batería de preguntas establecida por Cunningsworth (1995) cuyo propósito era evaluar en qué medida los manuales pueden transmitir contenidos sociales o culturales a los que se vinculan valores positivos o negativos. Para el objeto de estudio que nos ocupa, se han seleccionado (y en algunos casos modificado ligeramente) solo aquellas que pueden ofrecer información relevante sobre la presencia o ausencia de materiales auténticos, así como aquellas que pueden ayudar a valorar la existencia de un sesgo de género. Por tanto, las cuatro preguntas que guían el análisis cualitativo son:

1. *Are real topics included in the coursebook? If so, how varied are they?*
¿Se incluyen temáticas reales en el libro de texto? Si así fuera, ¿con qué variedad?
2. *Can learners interpret the relationships, behaviour, intentions, etc., of the characters portrayed in the book?*
¿El alumnado puede interpretar las relaciones, comportamiento, intenciones, etc., de los personajes representados en el libro?
3. *Are women and men given equal prominence in all aspects of the coursebook?* La pregunta inicialmente planteada por Cunningsworth era: *Are women given equal prominence to men in all aspects of the book?*
¿Tienen mujeres y hombres la misma presencia en todos los aspectos del libro de texto? Aunque la pregunta planteada inicialmente por Cunningsworth era ¿Se les da a las mujeres la misma representatividad que a los hombres en todos los aspectos del libro?, esta se ha modificado ligeramente para orientar el análisis desde una perspectiva de equidad y no de discriminación, aunque esta sea positiva.
4. *What professional and social positions are women and men shown as occupying?* La pregunta diseñada por Cunningsworth era: *What professional and social positions are women shown as occupying?*

¿Qué posiciones profesionales y sociales ocupan mujeres y hombres? La pregunta diseñada por Cunningsworth era ¿Qué posiciones profesionales y sociales ocupan las mujeres?

El cruce de datos entre el análisis cuantitativo y cualitativo ofrecerá una imagen detallada de la representación visual de hombres y mujeres en los libros de texto seleccionados y las profesiones o características vinculadas a cada sexo. Además, se obtendrán una serie de conclusiones que ayudarán a mostrar la presencia o ausencia de sesgo de género en los libros de texto seleccionados (Guijarro Ojeda, 2005).

4. RECOPIACIÓN DE DATOS

Antes de comenzar con la recopilación de datos, conviene señalar que los cuatro volúmenes de la editorial Oxford, *English Plus*, publicados en 2010 en su primera edición, fueron diseñados por Ben Wetz y Helen Halliwell, ofreciendo de este modo una paridad de sexos en cuestión de autoría. En cuanto a la editorial Cambridge, los cuatro volúmenes de *Smart Planet*, publicados en 2015 también en su primera edición, fueron diseñados por Ben Goldstein y Ceri Jones, igualando así a la editorial Oxford en cuanto a paridad de sexos. Esta información, aunque no es concluyente, denota una intención de las editoriales por buscar un equilibrio de género en la autoría de sus libros de textos.

El análisis cuantitativo (estadístico descriptivo) de las imágenes reales de los libros de texto seleccionados arroja los datos que se detallan a continuación.

Como se representa en el Gráfico 1, la representación por sexo en la editorial Cambridge muestra para el 1º curso un porcentaje equilibrado de mujeres (53%), ligeramente superior al de hombres (47%) en todas las franjas de edad (120 mujeres frente a 107 hombres). Sin embargo, estos datos cambian para el 2º curso, en el que hay un 59% de presencia masculina frente a un 41% de representación femenina. Igualmente, en 3º curso las imágenes en las que aparecen mujeres representan un 41.5% del total, mientras que los hombres tienen una representación del 58.5%. Por último, en 4º curso la representación femenina es ligeramente mayor que la masculina alcanzando un 54.4% frente al 45.6%. Según estos datos, la editorial ha hecho un esfuerzo por introducir a las mujeres en las imágenes reales de 1º y 4º ESO, con una ligera disminución en los niveles intermedios de 2º y 3º.

Por su parte, el libro de 1º de la editorial Oxford presenta un porcentaje ligeramente superior de imágenes de hombres (85 mujeres y 95 hombres), una tendencia que continúa en el libro de 2º (73 mujeres y 87 hombres) para llegar a equilibrarse prácticamente en 3º curso (113 mujeres y 111 hombres) y volver a desviarse ligeramente en 4º curso en favor de la presencia masculina (119 hombres y 103 mujeres). Podríamos decir que la editorial Oxford ha hecho un esfuerzo por aumentar la presencia de las mujeres en las imágenes reales, equilibrándola en 3º ESO. En el resto de cursos, aunque la presencia de hombres sea mayor esta no es muy significativa por lo que los datos cuantitativos tampoco muestran una desigualdad de género significativa (Figura 1).

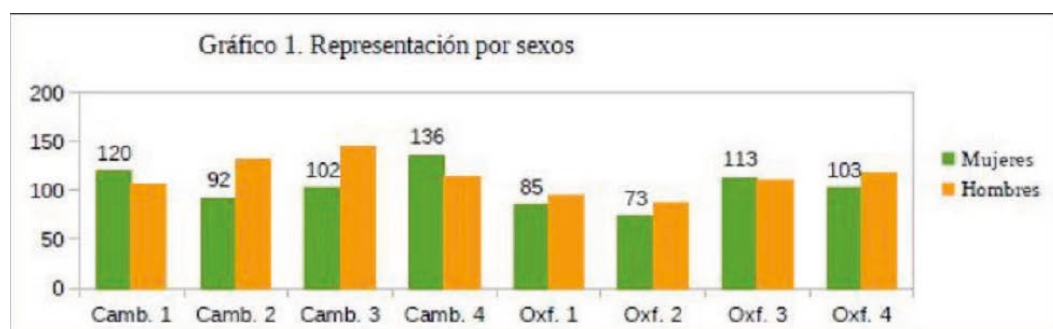


Figura 1.

En relación a las franjas de edad representadas (Figura 2), en los libros de Cambridge se puede observar cómo, en un resultado global analizando los cursos de 1º a 4º, la edad menor de 18 años es la más representativa. No obstante, la segunda franja de edad entre 18-30 años alcanza un número parecido. Finalmente, la edad de mayor de 30 años es la que menor puntuación obtiene. En la editorial de Oxford se aprecia la misma tendencia: mayor número de imágenes de personas menores de 18 años seguidas de las otras dos franjas de edad. Teniendo en cuenta que la edad del alumnado que cursa la Educación Secundaria Obligatoria oscila entre los 12 y 16 años, la franja de edad menor de 18 años sería la más adecuada para facilitar la identificación del alumnado. Sin embargo, analizando de manera detallada cada curso, esta presentación de la edad de menores de 18 años no se mantiene de manera constante durante los cuatro cursos de la Educación Secundaria Obligatoria. En ambas editoriales esta primera franja de edad solamente es representativa en el 1º curso.

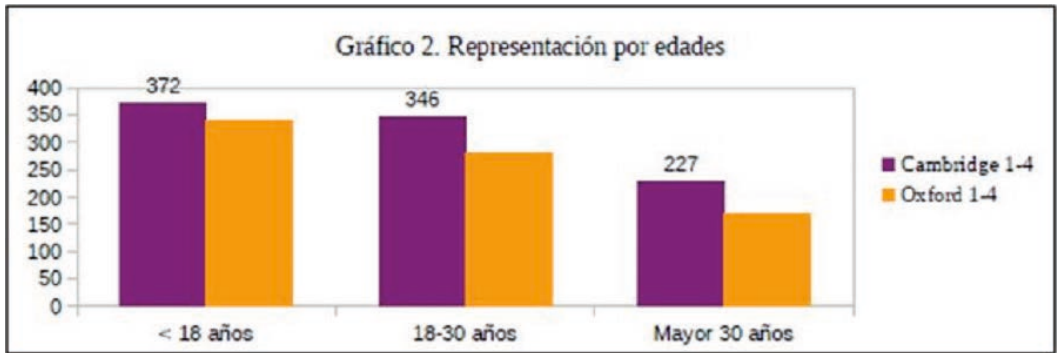


Figura 2.

En cuanto a las actividades realizadas, el análisis global de las imágenes señala que entre los deportes destacan fútbol, baloncesto, patinaje, atletismo, artes marciales y deportes de agua. Para otras actividades y profesiones se recogen imágenes relativas a música, estudiantes, cine, compras, tareas domésticas y las profesiones de dependiente o recepcionista. Así, la editorial Cambridge en 1º curso ofrece una mayor presencia masculina en deportes como fútbol (83%), patinaje, atletismo y deportes de riesgo (100% todos ellos). En otras actividades como ciclismo, deportes de agua o artes marciales la presencia masculina está en torno al 40%. En 2º curso la misma tónica continúa, solo con mayor presencia de las mujeres en patinaje (60%), en el resto la presencia de hombres alcanza el 100%. Lo mismo ocurre en 3º curso, con nula presencia femenina en todos los deportes excepto en deportes de agua (80%). Finalmente, en 4º curso las mujeres solo aparecen realizando ciclismo en un 22%, siendo el resto de deportes exclusivamente masculinos. Estos datos arrojan resultados concluyentes con la existencia reiterada de un fuerte sesgo de género donde la mujer queda excluida de la mayoría de las actividades físicas.

Por otra parte, es conveniente comentar algunas de las profesiones representadas, pues aparecen mujeres en ciertos trabajos antiguamente realizados por hombres exclusivamente como policía o médico. No obstante, no se han incluido gráficos o porcentajes porque su aparición no era constante en los 4 niveles. A pesar de esta representación, los antiguos estereotipos de género siguen presentes, ya que los hombres siguen apareciendo de forma exclusiva (100%) en profesiones tales como bombero, ingeniero, profesor de universidad, conductor de tren o cirujano, situaciones donde la fuerza física o los estudios superiores son necesarios. Todo ello implica que a pesar de la puntual aparición de mujeres desarrollando pro-

fesiones antiguamente vinculadas al sexo masculino, en su mayoría siguen asociadas a profesiones como recepcionista o dependiente (en torno al 75% y 100%) o a las relacionadas con los cuidados de personas mayores o niños. En ámbitos como la música, la editorial Cambridge presenta un 75% de mujeres en 1º curso y paridad en 4º curso, mientras que en 2º y 3º apenas aparecen.

Como se indica en el Figura 3, en relación a los hábitos de consumo y compras, el agregado de los cursos (de 1º a 4º) ofrece drásticos desequilibrios en ambos sentidos, quedando relativamente feminizada esta área en términos globales. En cuanto a la representación de estudiantes, Cambridge ofrece paridad total. Por el contrario, la cuestión de las tareas domésticas ofrece un desequilibrio, siendo inexistente en 1º curso, mientras que en 2º presenta más hombres (67%) que mujeres en este ámbito, en 3º hay paridad total para acabar en 4º curso con una representación exclusivamente femenina. No obstante, en el gráfico se representa de manera global pero era relevante especificar estos contrastes por curso. En cine, de manera global, se han obtenido datos parecidos en la presencia de hombres y mujeres no siendo tan alta la diferencia. Por último, las profesiones de recepcionista y/o dependiente/a están altamente feminizadas.

Por su parte, la editorial Oxford ofrece en 1º un total de 4 imágenes de deportes, de las cuales solo el baloncesto ofrece un 50% de representación paritaria por sexo. En el resto de deportes predominan los hombres, tendencia común a los cursos 2º, 3º y 4º y con un claro desequilibrio de representación de género en perjuicio de las mujeres; como se puede observar en el global del gráfico 3. En relación con otras actividades o profesiones, en compras se observa un ligero aumento en el gráfico de mujeres. En tareas domésticas, el global sugiere una mayor representación femenina, ya que de manera detallada en los cursos de 1º, 3º y 4º los porcentajes muestran un 100% en el sexo femenino. Lo mismo ocurre con la profesión de dependiente o recepcionista donde se observa en el gráfico 3 una mayor representación femenina; no obstante, hay que destacar que teniendo en cuenta los porcentajes por cursos esta actividad se desarrolla de manera exclusiva por hombres en el 2º curso. Finalmente, en relación a los estudiantes, cine y música la representación masculina y femenina no representa un gran desequilibrio.

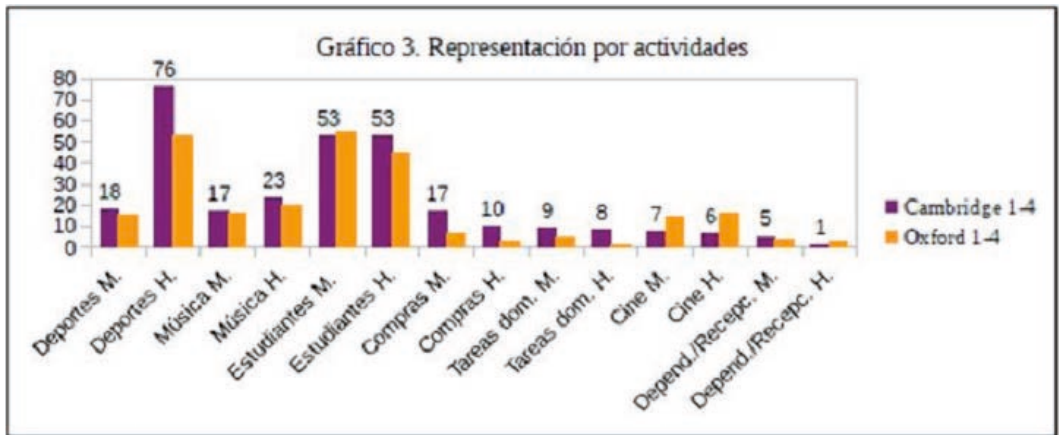


Figura 3.

Respecto a las imágenes que representan hombres y mujeres en la esfera pública o privada, en la figura 4 se puede observar el global de los datos recogidos de los cursos de 1° a 4°. Se nota un importante ascenso del número de hombres en la esfera pública mientras que en la privada parece que el número tiende a igualarse aunque se sigue observando un mayor número de mujeres en este ámbito. Estos datos globales se han obtenido del análisis detallado de cada curso; en 2° y 3° hay una mayor presencia femenina en el ámbito privado y en 3° y 4° se aprecia una ligera tendencia a apartar a la mujer de la esfera pública, lo que sugiere que los estereotipos de género siguen presentes. Así se puede detectar una notable desigualdad en el ámbito público en perjuicio de las mujeres.

En lo relativo al contexto en el que se representan hombres y mujeres en la editorial Cambridge, como se aprecia en el gráfico 4, ésta ofrece un mayor número de hombres en el ámbito público; no obstante, puede observarse cómo los hombres y mujeres parecen estar igualados en el ámbito doméstico. Estos últimos datos se obtienen del análisis detallado por cursos en el que la representación de hombres y mujeres en ambas esferas estaba igualado para 1°, mientras que a medida que se iba elevando el curso los hombres empezaban a aparecer en un mayor número de imágenes del ámbito público quedando la mujer en el plano privado. Finalmente, como se puede ver en el gráfico 4, este número igualado de hombres y mujeres en el plano doméstico viene dado de los datos que se obtuvieron en el 3° curso donde la representación femenina era menor en el ámbito privado.

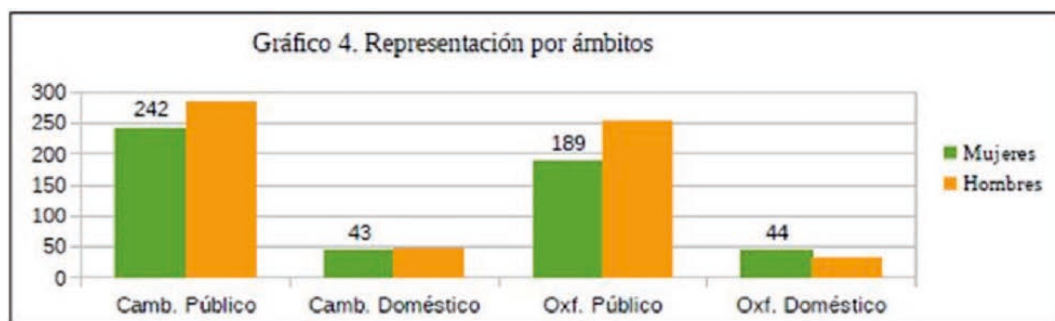


Figura 4.

Además, tras la recopilación de los datos cuantitativos, el análisis cualitativo de los libros de texto seleccionados arroja los siguientes resultados respecto a las preguntas realizadas:

1. *Are real topics included in the coursebook? If so, how varied are they?*
Las imágenes que se han analizado en el presente trabajo son fotografías, no dibujos, por lo que los temas son reales, es decir, representan el mundo en el que vivimos. Los temas ilustrados abarcan desde diferentes profesiones, deportes, chicos y chicas en el colegio o instituto, gente de compras y hasta un grupo de personas haciendo picnic. Es decir, una gran variedad de temas de la vida real.
2. *Can learners interpret the relationships, behaviour, intentions, etc., of the characters portrayed in the book?* Al ser imágenes reales, los discentes que utilizan los libros de texto pueden fácilmente interpretar las relaciones y comportamientos de las personas presentadas en el libro o cualquier otro aspecto ilustrado en las fotografías. El alumnado puede extraer cualquier tipo de conclusión, como que las mujeres por sus cualidades u otra razón no practican deporte, si no hay muchas imágenes con presencia femenina en actividades físicas o que la música o la profesión de cantante están más asociadas con los hombres por la menor representación femenina en este ámbito. De igual manera, pueden inferir que las tareas domésticas las realizan las mujeres si en el libro aparecen más mujeres asociadas a estas labores. En general, debido a la información que aportan las imágenes, el alumnado podrá interiorizar los estereotipos de género ilustrados en los libros de texto.

3. *Are women and men given equal prominence in all aspects of the coursebook?* Como se ha visto a lo largo del análisis cuantitativo, en determinados aspectos hay una clara disparidad de representación. Por ejemplo, en las actividades deportivas los hombres aparecen más a menudo que las mujeres. Respecto a las tareas del hogar, la editorial Oxford ha dado un mayor protagonismo a las mujeres, mientras que Cambridge ha intentado mostrar por igual a ambos sexos. En temas como la educación, ambas editoriales han equilibrado su presencia.
4. *What professional and social positions are women and men shown as occupying?* Tras la interpretación de los resultados, en lo correspondiente a la posición social, se puede observar cómo ambas editoriales presentan desigualdades entre sexos en el ámbito público, apartando ligeramente a las mujeres de este contexto. En relación al ámbito privado, Oxford introduce una mayor presencia femenina, mientras que Cambridge muestra valores más igualados. Pero en lo referente a las profesiones existen claras disparidades, pues las de dependiente o recepcionista se representan mayoritariamente en femenino, en contraste con las de maestro o profesor de instituto, realizadas por hombres. En casos particulares, como policía aparecen ambos sexos y se ha detectado que las mujeres desempeñan profesiones como conductora de vehículos pesados y de autobús. También se aprecian mujeres ejercitando la profesión médica, aunque en un rango superior como es el de cirujano la presencia es masculina. Finalmente las actividades o profesiones más artísticas muestran ejemplos de ambos sexos.

5. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

A la luz de los datos recogidos en el apartado anterior, procede realizar una interpretación de los indicadores seleccionados con el fin de esclarecer en qué medida existe un sesgo de género en las imágenes reales que ilustran los libros de inglés.

Se puede afirmar que la editorial Cambridge tiene una alta representación femenina en el último curso así como un equilibrio en el 1º; no obstante, el porcentaje de hombres aumenta en su conjunto, incrementando así la distancia entre ambos sexos y estableciendo una diferencia significativa en detrimento de las mujeres. En cambio, en los resultados de la editorial Oxford se puede apreciar una

mayor igualdad sostenida en la presencia de ambos sexos a lo largo de los cuatro cursos seleccionados.

La edad resulta ser también un elemento relevante, pues los libros analizados van dirigidos a un alumnado menor de 18 años y por tanto, las imágenes deberían mostrar personas de esas edades. Sin embargo, el análisis muestra que ninguna de las dos editoriales ha conseguido incluir porcentajes significativos de imágenes con personajes de esas franjas de edad. Estos datos ofrecen una doble lectura: por una parte, esta carencia puede disminuir el interés del alumnado y por tanto su motivación afectando el proceso de aprendizaje (Schiefele 2011). Por otra parte, es posible inferir una ideología subyacente en la presentación de personajes reales de mayor edad en situaciones reales y en un contexto determinado que actuarían como modelos de comportamiento para un alumnado cuya identidad está en fase de formación. Ambas cuestiones han de ser motivo de reflexión y lectura crítica, especialmente entre los profesionales del mundo editorial.

Íntimamente ligado a esta cuestión está el elenco de actividades presentadas y desglosadas por sexo. En la editorial Cambridge a pesar de la notoria presencia en los deportes de mujeres en el 1º curso, esta declina notablemente en los cursos superiores, llegando a la ausencia total en algunos. Algo similar ocurre en la editorial Oxford, donde en 1º curso las mujeres obtienen mayores porcentajes solamente en baloncesto, presentando en el resto de cursos una abrumadora minoría e incluso ausencia. Aunque en términos generales podemos hablar de una mayor presencia en actividades físicas a lo largo de los cuatro cursos en los libros de Oxford, ambas casas presentan una patente desigualdad de género en este ámbito que se materializa en la invisibilización de las mujeres. En campos como la música, de manera global se aprecia que la presencia masculina es ligeramente superior a la femenina. En el terreno educativo, en la editorial Cambridge se aprecia una cierta igualdad en la presencia de ambos sexos, pero es en Oxford donde se observa un mayor equilibrio en la representación de hombres y mujeres. En cuanto al ocio y el consumo se puede concluir que en Cambridge se ha intentado introducir a hombres y mujeres por igual, mientras que en la editorial Oxford se puede hablar realmente de una paridad total. Un patrón similar se observa en la representación de género y el cine. Por último, las tareas domésticas en la editorial Cambridge sí presentan paridad y se iguala la presencia de mujeres y hombres en las labores domésticas, mientras que Oxford ha seguido manteniendo mayoritariamente a mujeres en las profesiones de dependienta y recepcionista. Finalmente, en lo relativo al sesgo de género y los contextos público y privado, a pesar de los esfuerzos por igualar la presencia de ambos sexos en el ámbito público, los datos globales muestran cier-

ta tendencia a excluir a las mujeres. En el ámbito privado, la editorial Cambridge intenta igualar la presencia de mujeres y hombres en la esfera privada o incluso dar a los hombres más protagonismo, mientras que la editorial Oxford tiene tendencia a representar a más mujeres en un contexto privado. En este punto procede acudir a los datos que Guijarro Ojeda (2005) obtenía en su análisis sobre las editoriales Cambridge del año 2004 y Oxford de 1991. En comparación con aquellos resultados, es preciso señalar que aunque sigue existiendo una presencia de mujeres en algunas actividades deportivas, su número no es elevado y su participación disminuye a lo largo de los cursos, aumentando el desequilibrio entre ambos sexos. Así, los resultados actuales difieren ligeramente y confirman la persistencia de un sesgo de género. Por el contrario, Guijarro Ojeda indicaba la existencia de un sesgo de género en la editorial Oxford que ahora ofrece avances al representar a algunas mujeres en empleos antiguamente realizados por hombres y viceversa. En definitiva, podemos concluir que se aprecian innovaciones en cuanto a la diversidad de profesiones y espacios representados por uno u otro sexo, lo que hace presuponer un mayor rango en la identificación del alumnado y una mayor diversidad de roles y posibilidades para los jóvenes actuales dentro del imaginario colectivo.

6. CONCLUSIONES

Con el objetivo de detectar la presencia o ausencia de sesgo de género en las imágenes reales de los libros de texto de inglés actuales, se ha llevado a cabo el presente trabajo centrado por una parte, en un estudio de los cuatro cursos de ESO con un análisis cuantitativo y otro cualitativo; y por otra, en un estudio comparativo de las editoriales Cambridge University Press y Oxford University Press. El análisis de las imágenes reales en los libros de texto seleccionados ha demostrado, en primer lugar, que los indicadores seleccionados, a saber, edad y sexo, actividad o profesión y ámbito público o privado, no son elementos estancos en la representación de la lengua y la cultura, sino que aparecen interconectados en los materiales visuales y a menudo resulta difícil disgregarlos, por lo que es preciso enfocar la investigación desde una perspectiva holística. En segundo lugar, la combinación de un análisis cuantitativo y cualitativo ofrece una lectura completa de las fórmulas visuales reales utilizadas en los libros de texto y permite abordar su interpretación desde una perspectiva más integral.

Tras la recopilación de datos, se puede concluir que mientras los libros de la editorial Cambridge University Press muestran una mayor tendencia a visibili-

zar a los hombres por encima de las mujeres en los diferentes cursos, la editorial Oxford University Press parece igualar la presencia total de ambos sexos a lo largo de los cuatro libros correspondientes a la etapa de Educación Secundaria Obligatoria. Asimismo, respecto al indicador de las actividades de ocio o profesiones, Oxford obtiene una mayor paridad en los porcentajes de ambos sexos, existiendo una mayor diferencia en los datos obtenidos de la editorial Cambridge. Sin embargo, en las tareas domésticas y las correspondientes al ámbito privado, esta muestra una mayor igualdad en el porcentaje total de hombres y mujeres. En relación con las actividades deportivas, ambas editoriales muestran un claro desequilibrio a favor de los hombres, también con mayor presencia en los espacios públicos. En términos generales, es posible afirmar que la editorial Oxford University Press ha conseguido una mayor paridad en el número absoluto de mujeres y hombres en las imágenes reales de los libros de texto, mientras que la editorial Cambridge University Press ha intentado mostrar una mayor igualdad entre ambos sexos en aquellos ámbitos tradicionalmente vinculados a las mujeres, como las tareas domésticas y el ámbito privado, introduciendo en ellos la figura del varón con el objetivo de acabar con los estereotipos de género. Ambas editoriales deberían prestar atención a este asunto en aras de una mayor igualdad entre ambos sexos en todas sus formas de representación.

El análisis cualitativo sugiere que si el alumnado se ve expuesto a muchas fotografías en las que los hombres aparecen realizando deporte, como es el caso que nos ocupa, relacionará este ámbito con el sexo masculino. De la misma manera, la mayor presencia de mujeres en actividades tradicionalmente relacionadas con el sexo femenino que se ha detectado, inducirá a considerarlo algo común en la vida real. En definitiva, los y las discentes asimilarán los valores transmitidos a través del contenido de estos materiales reforzando de manera negativa, en caso de la existencia de sesgo de género, la idea sobre los tradicionales estereotipos de género.

Las conclusiones indican que las casas editoriales analizadas no han incorporado una equidad de género en los materiales visuales utilizados, presentando diferencias importantes en aquellos aspectos donde se requería una mayor igualdad, como en el ámbito de los deportes, tareas domésticas o en la esfera privada. Por ello, procede sugerir al mundo empresarial editorial una seria reflexión respecto a la ideología subyacente en los materiales visuales reales que acompañan al libro de texto en el aprendizaje de un idioma, pues este no es solo una lengua, sino también una expresión cultural (Giaschi 2000).

7. BIBLIOGRAFÍA

- AL AZRI, R. H., & AL-RASHDI, M. H. (2014). "The effect of using authentic materials in teaching", *International Journal of Scientific and Technology Research*, 3(10), pp. 249-254.
- AMINI, M., & BIRJANDI, P. (2012). "Gender bias in the Iranian high school EFL textbooks", *English Language Teaching*, 5(2), pp. 134-147.
- APPLEBY, R. (2009). "The Spatial Politics of Gender in the EAP Classroom Practice", *Journal of English for Academic Purposes*, 82(2), pp. 100-110.
- CAMERON, D. (1990). *The Feminist Critique of Language: A Reader*. London: Routledge.
- CUNNINGSWORTH, A. (1995). *Choosing your Coursebook*. Oxford: Macmillan Heinemann ELT.
- EHRlich, S. (1997). "Gender as Social Practice. Implications for Second Language Acquisition", *Studies in Second Language Acquisition*, 19(4), pp. 421-446.
- GAILEA, N. (2013). "A Study of Gender Equality Values-Based Cross Cultural Understanding in EFL Textbooks", en *2nd International Seminar on Quality and Affordable Education (ISQUAE 2013)*. Accesible en la dirección: <google/92mKuc> [Acceso: 11/05/2017].
- GENHARD, J. G. (1996). *Teaching English as a Foreign Language: A Teacher Self-Development and Methodology*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- GHARBAVI, A., & MOUSAVI, S. A. (2012). "A Content Analysis of Textbooks: Investigating Gender Bias as a Social Prominence in Iranian High School English Textbooks", *English Linguistics Research*, 1(1), pp. 42-49.
- GIASCHI, P. (2000). "Gender positioning in education: A critical image analysis of ESL texts", *TESL Canada Journal*, 18(1), pp. 32-46.
- GILES, C, GILES NOEL, C. & PHILLIPS, A. (2008). *Inside Book Publishing*. New York: Taylor and Francis.
- GILMORE, A. (2007). "Authentic Materials and Authenticity in Foreign Language Learning", *Language teaching*, 40(02), pp. 97-118.
- GOLDSTEIN, B. & JONES, C. (2015). *Smart Planet, 1, 2, 3 & 4*. Cambridge: CUP.
- GRAHAM, A. (1975). "The making of non-sexist dictionary", en Thorne & Henely (eds.), *Language and Sex: Difference and Dominance*. Rowley M A.: Newbury House Publishers, pp. 57-63.

- GUIJARRO OJEDA, J. R. (2005). “La representación axiológica del género y la orientación sexual en libros de texto de inglés para Secundaria”, *Porta Linguarum*, pp. 151-166.
- HARTMAN, P. L., & JUDD E. L. (1978). “Sexism and TESOL materials”, *TESOL Quarterly*, 12(4), pp. 383-393.
- HEROD, L. (2002). “Adult Learning: From Theory to Practice”. Accesible en la dirección: <goo.gl/zUi0Iv d2185ac4.pdf > [Acces o: 10/05/2017].
- HERRINGTON, J., & OLIVER, R. (2000). “An instructional design framework for authentic learning environments”, *Educational Technology Research and Development*, 48(3), pp. 23-48.
- JIMÉNEZ CATALÁN, R. M. (Coord.) (1997). *Los temas transversales en la clase de inglés*. Pamplona: Gobierno de Navarra.
- JIMÉNEZ CATALÁN, R. M. (2005). “Linking gender and second language education in a database”, *Cauce. Revista internacional de Filología, Comunicación y sus Didácticas*, 28, pp. 205-218.
- LÓPEZ-NAVAJAS, A. (2014). “Análisis de la ausencia de las mujeres en los manuales de la ESO: una genealogía de conocimiento ocultada”, 363, *Revista de Educación*, pp. 282-308.
- MOLINA, S. (1994). “Observaciones sobre el estado actual de la igualdad de oportunidades para ambos sexos en textos de inglés”, *Encuentro. Revista de investigación e innovación en la clase de idiomas*, 7, pp. 78-87.
- NORTON, B. (1997). “Language, Identity, and the Ownership of English”, *TESOL Quarterly*, 31, pp. 409-429.
- NORTON, B. AND PAVLENKO, A. (2004). “Gender and English Language Learners: Challenges and Possibilities”, en Norton & Pavlenko (eds.), *Gender and English Language Learner*. Alexandria, VA: TESOL, pp. 1-14.
- OTLOWSKI, M. (2003). “Ethnic diversity and gender bias in EFL textbooks”, *Asian EFL Journal*, 5(2), pp. 1-15.
- PEACOCK, M. (1997). “The effect of authentic materials on the motivation of EFL learners”, *ELT Journal*, 51(2), pp. 144-156.
- PENNYCOOK, A. D. (2008). “Multilithic English(es) and language ideologies”, *Language in Society*, 37, pp. 435-44.
- RASCÓN-MORENO, D. (2014). “Cross-curricular issues and published ELT materials in Spain”, *Miscelánea: A Journal of English and American Studies*, 49, pp. 115-136.
- SCHIEFELE, U. (1991). “Interest, learning, and motivation”, *Educational Psychologist*, 26(3-4), pp. 299-323.

- SUNDERLAND, J. (1992). "Gender in the EFL classroom", *ELT Journal*, 46(1), pp. 81-91.
- SUNDERLAND, J. (2000). "Issues of language and gender in second and foreign language education", *Language Teaching*, 33(04), pp. 203-223.
- WETZ, B & HALLIWELL, H. (2010). *English Plus 1, 2, 3 & 4*. Oxford: OUP.
- YOUNGS, C. S., & YOUNGS, G. A. (2001). "Predictors of mainstream teachers' attitudes toward ESL students", *TESOL Quarterly*, 35(1), pp. 97-120.