

Deporte y televisión: una perspectiva desde la educación física escolar

Sports and television: a perspective from the physical education

Julio Tello Díaz
José Antonio Rebollo González
Huelva (España)

RESUMEN

En los tiempos que corren es innegable el papel que juega el deporte como gran agente social en nuestra sociedad. Desde el área de Educación Física debemos utilizar los valores tan extraordinariamente importantes que nos aporta y que de una manera decidida tenemos que transmitir a nuestro alumnado. Consideramos que no es suficiente con dar a conocer los deportes en el ámbito educativo; no parece suficiente con que trabajemos para que hagan deporte, sino que éste tenga una transferencia directa que incida en su tiempo libre transformándolo en un ocio activo, ya que la Educación Física, como área del currículum escolar, tiene como finalidad posibilitar la formación integral del alumnado, desarrollando todas las capacidades del ser humano.

En este sentido, parece necesario conseguir buenos espectadores, que sean críticos con lo que ven y que valoren los principios de toda actividad deportiva y sepan apreciar desde una perspectiva crítica las diferentes manifestaciones a las que asisten como espectadores, aportando opiniones fundamentadas que contribuyan de alguna manera a su formación integral. Señala Cagigal que todo deporte organizado para el ocio y para la educación, como el espontáneo de cualquier movimiento popular es cada vez más, otra realidad distinta del deporte espectáculo. Por tanto, debemos ser conscientes de que no sólo es deporte el que sale en la televisión, sino mucho más, y nosotros desde estas líneas queremos mostrar algunas ideas encaminadas a desarrollar ese espíritu crítico en nuestro alumnado.

Somos conscientes que desde los medios de comunicación, en general, y de la televisión, en particular, se desprende una jerarquía de valores que giran en torno a una serie de ejes (éxito, competencia, consumo, posesividad...). Aunque sabemos que la televisión debe tener la triple finalidad de entretener, informar y educar, si nos detenemos a analizar los valores que emanan de las competiciones deportivas emitidas por televisión y los valores que intentamos proporcionar, propiciar y potenciar desde los centros educativos, podríamos cuestionarnos si están en la misma línea, con el mismo frente común o, por el contrario, apuntan en sentidos opuestos.

Como señalan los estudios al respecto, la actividad deportiva ocupa un lugar preponderante en lo que es el ocio activo de nuestros jóvenes, por una parte como práctica deportiva y, por otra, como espectadores de eventos deportivos. Por lo tanto, desde nuestra asignatura queremos contribuir a que estas actividades sean lo más significativas posible entre nuestro alumnado y, en definitiva, conseguir como señalaba el barón Pierre de Coubertin, que todos los deportes sean para todos, abogando por un deporte globalizador en el que no existan límites de edad, condición física, sexo...

ABSTRACT

Nowadays, the important role of the sport in our society is undeniable. From the Physical Education point of view, we must take its values and we must transmit them to our pupils. Let us think that it is not sufficient with presenting sports at school, but it must have a direct transference that affects our pupils' free time transforming it into an active leisure, because the Physical Education has the purpose to achieve the integral education of the pupils. In this sense, it seems necessary to form good spectators to be critics with which they see and that they value the principles of all sport activity and to appreciate the different sport manifestations they attend, contributing to form different opinions to achieve an integral education. The mass media, and particularly the television, present a set of values that turn around several axes (exit, competition, consumption, possessiveness). The television must have the purpose of entertaining, of informing and of educating; but if we compared the values that arise from the sport competitions emitted on television with the values that we tried to promote at schools, we could question ourselves if they are at the same level, or, on the contrary, they aim in opposite ways. The sport activity occupies an important role in the leisure of the young people, on the one hand as a sport practice and, on a second hand, as spectators of sport events. From our subject, we want to contribute providing a meaningfulness to these activities for our students and, to reach, as Pierre de Coubertin said that all the sports were for everybody, pleading for a global sport in which any limit of age, physical condition, sex...

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Educación física, educación en valores, televisión.
Physical education, education of values, television.

La Educación Física, como área del currículum escolar, tiene como finalidad posibilitar la formación integral del alumnado, desarrollando todas las capacidades de la persona. Desde que se plantea la programación curricular como base de la formación integral de la persona, y se tiene en cuenta los conceptos, procedimientos y actitudes, la Educación Física escolar toma un giro distinto al de la pura práctica deportiva. Se trata de formar personas en todos los ámbitos de la vida, además de los motrices, como son el social, afectivo y actitudinal, jugando un papel preponderante en este área la educación en valores. En el presente trabajo confrontamos los valores que desde el área de la Educación Física pretendemos inculcar a nuestro alumnado y los valores que la televisión ofrece a los espectadores en los distintos espectáculos deportivos, sobre todo desde el fútbol (deporte mayoritariamente seguido por la población española y el que más tiempo ocupa en los informativos de los distintos medios de comunicación). Una vez analizados, se realiza una propuesta de educación deportiva a través de la televisión que se corresponda con la filosofía pedagógica que se trabaja en los centros educativos.

1. El área de Educación Física y los principios didácticos en que se sustenta

Cuando hablamos de Educación Física ponemos de manifiesto la importancia de la actividad física como recurso para la formación integral del alumnado; algo por lo que se aboga en la escuela de hoy. En la etapa de Educación Primaria, el seno escolar dispone de unos medios extraordinariamente importantes para cumplir su cometido educativo a través de la Educación Física (Seybol, 1974, citada por Gardoqui, 1994). Los principios didácticos desarrollados por M^a Luisa Gardoqui recogen algunas consideraciones generales en el marco de esta materia, de las cuales hay algunas que llaman especialmente la atención por tocar de forma directa el tema que nos ocupa:

- Los alumnos deben participar en colaboración.
- El objetivo del rendimiento será el óptimo, no el máximo.
- Priorizar el rendimiento funcional sobre el competitivo.

- Debe existir íntima relación entre el sentido de las reglas y la socialización.

Por tanto, independientemente de los aspectos más técnicos respecto a la ejecución motriz de la Educación Física, está además la vertiente socializadora de esta materia; hacemos nuestra aquí una máxima que alguien dijo hace algún tiempo: «El deporte ennoblece al ser humano». En este sentido coincidimos con Vizuete (1997: 11), cuando señala que «la Educación Física se ocupa del desarrollo de las capacidades del ser humano con especial atención a la salud y a la mejora de la calidad y de la esperanza de vida». Es necesario poner en marcha mecanismos de prevención, partiendo de los recursos que nos brinda nuestra área para ofrecer alternativas a nuestro alumnado para la ocupación activa del tiempo libre, transformándolo en tiempo de ocio que huya del sedentarismo.

Es muy importante que los contenidos que impartimos en nuestra área tengan una fundamentación y una transferencia para la vida diaria, ayudando siempre a fomentar un espíritu crítico que lleve a nuestro alumnado a ser selectivo con lo que recibe y con lo que hace. En concreto, el deporte posee un conjunto de innumerables valores que debe transmitir, porque lo importante no es lo que se hace, sino realmente cómo se hace; y en este sentido debemos buscar un deporte que está cargado de valores importantes, como la cooperación, la salud, el respeto a las personas y a las normas, la solidaridad, etc.; valores de incalculable valor en la sociedad actual.

2. El poder mediático de la televisión

La televisión quizás sea el medio de comunicación sobre el que más se haya escrito de entre todos los existentes hasta el momento. La mayor bomba mediática, por su impacto en la psique humana es la televisión. Si lo hacemos llegar a la población infantil, por la combinación de imagen y sonido, se convierte, además de impactante, en un atractivo cautivador de la atención.

El condicionante de tal impacto es el lenguaje que utiliza el medio televisivo. Según Campuzano (1992), «el uso predominante de un determinado tipo de lenguaje modifica las capacidades y funciones cognitivas, y esto se traduce en nuevas formas de aprendizaje. La expresión verbal se rige por un sistema de procesamiento lineal, lógico, analítico, racional, mientras que la expresión audiovisual se procesa de forma intuitiva, emocional, en paralelo, sintética». Quiere esto decir que en la sociedad de consumo en la que nos movemos, la televisión utiliza unas estrategias que impactan sobre la parte más emotiva y visceral de la persona.

En este sentido, Santos Guerra (1994) hace un recorrido por la filosofía de los medios de comunicación de masas, pudiéndose elaborar una jerarquía de valores que giran en torno a una serie de ejes. Presentamos a continuación un extracto de los fundamentos filosóficos en que se sustentan los medios, y más concretamente la televisión; fundamentos filosóficos que nos permitirán analizar con mayor profundidad los valores que se transmiten, considerando que muchos de ellos son los que se reflejan en las transmisiones deportivas:

- Filosofía del éxito. La felicidad la alcanzamos cuando obtenemos éxito, el triunfo nos da prestigio, el que triunfa es premiado. Se trata de vencer al rival y de mostrar la cara más exitosa del triunfo deportivo.
- Filosofía de la competencia. Lo importante es «ser más que...», «tener más que...», «hacer más que...». La posición en la tabla clasificatoria es fundamental de cara a prosperar en la escalada hacia los primeros puestos.
- Filosofía de la cuantificación. Todo es cifra; las personas estamos bajo el signo de la cantidad. Se presentan resultados de encuentros, diferencia de puntos, diferencia de goles...
- Filosofía de la utilidad. Se valora en rendimiento, desde el plano de la eficacia, lo cual implica corta vida profesional por parte de los deportistas de élite.
- Filosofía del individualismo. Cada cual afronta su vida desde la exclusividad, y a través de la televisión se transmite distinción, unicidad...
- Filosofía del consumo. La escalada de las necesidades insatisfechas nunca tiene su techo, además de ir creándose más necesidades cada vez.
- Filosofía de la provisionalidad. Todo tiene un valor presente, susceptible de un pronto cambio.
- Filosofía del sentimiento. Se le da más valor al sentimiento que al pensamiento, utilizándose el impacto televisivo para que cale en la fibra más emotiva del sujeto.
- Filosofía de la posesividad. No renunciar a nada es una actitud generalizada.
- Filosofía de la violencia. Las cosas se arreglan por la fuerza; los conflictos se arreglan a través del poder.

Como decimos, la mayor parte de estos valores son transmitidos por la televisión durante los partidos de competiciones deportivas. Teniendo en cuenta el poder persuasivo que tiene este medio de comunicación, tocando la fibra más sensible y emocional de los niños, no es difícil apreciar un comportamiento bastante similar al que perciben a través de la televisión.

En el caso de la filosofía del éxito, del triunfo, se percibe cómo son los partidos donde se enfrentan los equipos de más rivalidad de la jornada son los transmitidos, siendo de gran importancia para la población aficionada aquellos partidos donde los equipos mayoritariamente defendidos se batan en una gran lucha por la victoria. En estos casos se aprecia también muy notablemente el valor de la competitividad, siendo piedra de toque el tanteo conseguido, poniéndose de relieve el valor de la cuantificación y acentuándose de esta manera que el fin justifica los medios; algo que se contrapone a los principios en que se sustenta la Educación Física en Primaria.

Si nos centramos un poco más en los deportistas que aparecen por televisión, podremos apreciar que nuestro alumnado los tienen como grandes personajes favoritos o incluso como ídolos a imitar, sobre todo si destacan por su individualismo y características atléticas y deportivas.

Esta influencia del medio está condicionada por haberse invertido la credibilidad de la realidad en favor

del poder de la televisión. Cualquier información que aparezca televisada es más creíble, si cabe, que la propia realidad. Tal es así que «bajo la apariencia de la objetividad y el realismo, la televisión escamotea la realidad. No habrá peligro si el espectador la supiera leer como un discurso más o menos falseado. El problema radica en que la viva desde el mito de la objetividad» (Ferrés, 1994: 73), y añade que «se invierte la situación originaria: no es que la imagen reproduzca la realidad, sino que la realidad se esfuerza por parecerse a la imagen». Esto es lo que ocurre con nuestros jóvenes cuando aparece algún ídolo deportivo por televisión; quieren ser como él, imitarlo en sus acciones en el terreno de juego y, si es posible, en otros eventos y actividades donde aparezca; realizan enormes esfuerzos de mimetismo idolátrico, no sólo en el intento de realizar acciones y piruetas deportivas, sino más grave aún, comportamientos y gestos hacia el contrario y hacia el público, a veces no deseables en la conducta de deportistas que deben ser modelo como máximo exponente de juego limpio y respeto hacia los demás.

3. Transmisiones e información deportiva en el medio televisivo

Entre los distintos géneros televisivos interviene uno que tiene especial preeminencia por su impacto en un amplio sector de la audiencia; nos estamos refiriendo a los deportes. Cuando son llevados a la pantalla, se presentan como un espectáculo más del contenido de televisión destinado a la distracción del teleespectador y a la producción del deporte espectáculo. Según Calvo (1996: 171) «El deporte es el espectáculo rey de la televisión actualmente». El deporte, como espectáculo, es uno de los grandes descubrimientos del siglo XX, y la televisión ha explotado este filón a fondo, de forma que el 80% de los intercambios internacionales de programas que tienen lugar en Europa son de tipo deportivo (Pardo, 1985: 51). Determinados eventos deportivos, que pasan por ser de interés general, aglutinan frente a la pantalla televisiva a personas de toda índole, pasando por ser un modelo de promoción cultural en el marco del deporte.

Pero lo que ocurre en realidad es que se está vendiendo un producto televisivo más, en formato espectáculo, donde las tendencias rivales de las hinchadas agudizan y extreman mucho más que en el resto de la temporada la oposición que entre ambas existe. Esto es claramente perceptible en el deporte rey de nuestro país, el fútbol, y sobre todo entre los clubes cuyo número de seguidores es más amplio, por lo que la audiencia televisiva, cuando se transmiten partidos de rivalidad establecida y consolidada entre equipos líderes, está garantizada.

La información deportiva que se ofrece en los noticiarios y programas específicos busca igualmente lo extraordinario, mitificante e impactante para los televidentes. Si nos detenemos a analizar el tiempo que se dedica al fútbol en la sección deportiva de los informativos, comprobaremos que un amplio porcentaje se dedica a este deporte, recogiendo imágenes, impresiones, anécdotas y noticias que innumerables veces se escapan a lo eminentemente deportivo, pero que pueden impactar en la psique del espectador, quedando anclada para comentarios posteriores en tertulias y reuniones. Es evidente que en estas circunstancias, la información deportiva pone el punto de mira en un lugar diferente al de ofrecer al espectador un conocimiento puro y noble para el que el deporte fue creado. Todo ello sin contar que, en los últimos años, determinados deportistas de alta competición están siendo protagonistas de anuncios publicitarios y están también ocupando parte del tiempo de la llamada «prensa del corazón» en un importante número de ocasiones; algo impensable hace tiempo.

Por otra parte, la transmisión del deporte a través de la televisión debería tener entre sus finalidades incitar y potenciar la práctica deportiva por parte de jóvenes y adultos, así como iniciar en la infancia el gusto por la actividad física, tal y como se pretende desde los centros educativos. Pero la realidad parece bien distinta a la que estamos abogando en estas líneas. Diferentes investigaciones (Casimiro, 2000; Aguaded y otros, 2000) destacan que la televisión ocupa un lugar importante en el tiempo libre de nuestros escolares, donde los chicos ven mucho más la televisión que las chicas, destacando que una gran mayoría la ven como mínimo una hora diaria y más del 15% consume televisión más de 3 horas diarias. En lo que respecta al consumo del deporte en televisión, aún permanecen presentes determinados estereotipos sociales en la relación deporte-género, ya que el consumo deportivo televisado es muy superior en el género masculino, influenciado entre otras circunstancias por la escasez de retransmisiones deportivas femeninas. Por lo tanto, nuestra propuesta aboga por un trabajo desde la práctica en las escuelas encaminado a educar a nuestro alumnado, poniendo nuestro grano de arena para conseguir buenos y críticos espectadores.

4. Propuesta práctica en Educación Primaria

Entre nuestros objetivos debe estar no sólo conseguir buenos practicantes de la actividad física sino también buenos espectadores; y en este sentido, en el tercer ciclo de Primaria nos proponemos desarrollar actividades encaminadas a tal fin, realizando una propuesta práctica en la que el alumnado realice un visionado crítico de algún evento deportivo emitido por televisión.

Para llevar a cabo nuestra experiencia, en un trimestre del curso les pedimos que reflexionen sobre lo que ven en la televisión, intentando fomentar entre ellos un espíritu crítico y selectivo en relación a lo que les rodea. Para ello, les pasamos una ficha de observación y seguimiento y le pedimos que elijan la modalidad deportiva que más les guste y que desarrollen una serie de actividades relacionadas con lo que están viendo. La primera parte consiste en identificar la competición de la que va a hacer el análisis.



Una vez realizadas las identificaciones oportunas, procedemos a analizar el comportamiento de los diferentes participantes de la transmisión deportiva que cada uno de nuestros alumnos y alumnas ha visto. La tarea consiste en detectar alguna conducta que merezca ser mencionada y recogerla en una ficha. Nuestro alumnado podrá percatarse, tanto de actitudes deportivas plausibles, como de aquellas que puedan poner en tela de juicio el «fair-play» por el que el profesorado de Educación Física aboga en su quehacer diario.

Para continuar indagando en la percepción que el alumnado tiene sobre los valores que se pueden transmitir desde las competiciones deportivas televisadas, se solicita que redacten los aspectos que más y que menos ha gustado a cada uno.

LO QUE MÁS ME HA GUSTADO

LO QUE MENOS ME HA GUSTADO

Una actividad que puede resultar también muy interesante consiste en que, a la vez que disfrutan del partido que están viendo, revisen los anuncios publicitarios en el marco del propio encuentro. Solicitamos que se fijen en las marcas y artículos que aparecen en las bandas y los bordes del terreno de juego y los relacionen con la actividad física y el deporte. Esto permitirá establecer la posible relación existente entre los productos anunciados y la difusión y promoción de la actividad física.

Cuadro de texto: Escribe las marcas publicitarias que has visto en el desarrollo de la actividad y relaciónalas con el producto que anuncia. MARCAARTICULO Dibuja algún producto de los que has citado De los productos anteriores, ¿cuántos pueden tener relación con el deporte? Cítalos

Para potenciar el desarrollo de los alumnos como telespectadores críticos, solicitamos de ellos que expresen su opinión respecto a lo que han percibido.

DESCRIBE EN 10 LÍNEAS TU OPINIÓN SOBRE LO QUE HAS OBSERVADO

Finalmente, les pedimos que localicen algún recorte de prensa que haga referencia a la actividad que han visto y, si es posible, que recojan alguna fotografía del evento. Con esto queremos que, de alguna manera, contrasten la información que ofrece la prensa con lo que ellos mismos han detectado, haciendo comentarios al respecto.

Recorte de la noticia deportiva

Fotografía

Comenta las diferencias que has percibido entre la noticia y lo que tú has observado

Esta ficha de actividades la desarrollamos en diferentes momentos, realizando puestas en común para dar mayor riqueza a la indagación que han realizado y haciendo que nuestro alumnado, además, se sienta como equipo investigador en un tema que atrae a la gran mayoría y que puede servirnos de plataforma para la educación en valores a través de la Educación Física.

5. Conclusiones

A raíz de las reflexiones previas sobre el (contra)valor educativo del deporte en el medio televisivo, de la experiencia docente en centros de Primaria y de la propuesta de trabajo para fomentar hábitos saludables en nuestro alumnado, podemos concluir que:

- Los programas deportivos representan una parte de la barra de programación televisiva. La televisión oferta la crónica, el análisis y la difusión de lo que *los otros* hacen del deporte. Para Casimiro (2000) son escasas las ocasiones cuando se considera al televidente como un deportista

activo con necesidad de un conocimiento para la mayor comprensión de esta actividad, muchas veces subvalorada y simplificada dentro de los campos de organización social. Esta situación de espectadores impasibles ante la televisión conlleva menos tiempo para practicar actividades físico-deportivas, escasa promoción de la actividad física recreativa y saludable, y, sin embargo, un gran fomento del deporte espectáculo.

- Hasta hace unos años las relaciones entre la televisión y los deportes solían ser algo sencillo. Las cadenas compraban los derechos a las ligas deportivas a cambio de la exclusividad en la transmisión de determinados eventos deportivos. Pero a medida que las tarifas de esos derechos se han elevado, los ejecutivos televisivos están desempeñando un papel más importante, al decidir algo más que sólo qué juego se va a transmitir. Cada vez más, las cadenas se están incorporando en el negocio de las ligas deportivas.

- La masiva robotización de los juegos infantiles y el alto consumo televisivo pueden estar íntimamente relacionados con la falta de espacios lúdico-recreativos cercanos a su domicilio, así como a la falta de alternativas físico-deportivas extraescolares no competitivas, las cuales, sin duda, favorecerían una disminución del sedentarismo infantil y juvenil en el tiempo de ocio.

- El deporte transmitido por televisión continúa con una línea masculina, al ser muy escasas las transmisiones deportivas femeninas, con los valores y contravalores que en una sociedad con tendencias coeducativas ello puede conllevar.

- Si se incluye dentro de la programación docente el trabajo con el alumnado para que poco a poco pueda formarse como telespectador crítico y activo ante los eventos deportivos transmitidos por televisión, se habrá conseguido un gran avance en la lucha por una televisión de mayor calidad.

- La escuela, desde nuestra área, debe poner su grano de arena para fomentar un espíritu crítico entre el alumnado, que nos ayude a formar hombres y mujeres buenos y críticos espectadores.

- Es necesario revitalizar los principios de un deporte saludable, educativo y formativo en la línea del barón Pierre de Coubertin: Todos los deportes para todos.

Con esta propuesta de trabajo pretendemos crear una línea reflexiva que cuestione que no todo deporte proyectado a través de la pantalla televisiva es deporte en estado puro, sino que detrás de la emisión existen intereses comerciales, fines empresariales, asuntos económicos a gran escala, fines de captación de masas, etc., que no responden sustancialmente a desarrollar en la infancia y en la juventud de nuestra sociedad los valores educativos que deben primar desde la práctica deportiva, sobre todo en los centros docentes.

Referencias

- AGUADED, J.I. (Dir.) y OTROS (2000): *La televisión y los escolares onubenses. Memoria de investigación*. Huelva, Ayuntamiento de Huelva y Grupo Comunicar.
- BLANCO, E. (2002): «Filosofía del Deporte para todos», en REBOLLO, J.A.: *Deporte para todos*. Huelva, Diputación Provincial de Huelva.
- CAGIGAL, J.M. (1996): *Obras Selectas*. Cádiz, Asociación Española de Deporte para Todos.
- CALVO, J.L. (1996): *Los medios de comunicación social en la animación*. Madrid, CCS.
- CAMPUZANO, A. (1992): *Tecnologías audiovisuales y educación*. Madrid, Akal.
- CASIMIRO, A.J. (2000): «¿Se está robotizando el tiempo de nuestros jóvenes?», en *www.efdeportes.com*, 20; Revista digital.
- FERRÉS, J. (1994): *Televisión y educación*. Barcelona, Paidós.
- GARCÍA, M. (1986): *Hábitos deportivos de los españoles. Sociología del comportamiento deportivo*. Madrid, ICEFD.
- GARCÍA, M. (1993): *Tiempo libre y actividades deportivas de la juventud en España*. Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales e Instituto de la Juventud.
- GARCÍA, M. (1996): «Cambios en los hábitos deportivos de los españoles», en *Temas para el debate*, 23; 43-46.
- GARCÍA, M. (1997): *Los españoles y el deporte (1980-1995): un análisis sociológico sobre comportamientos, actitudes y valores*. Madrid y Valencia: CSD y Tirant lo Blanch.
- GARDOQUI, M.A. (1994): «Principios didácticos de la educación física», en PASTOR, J.L. (coord.): *La Educación Física y su didáctica*. Madrid, ICCE.
- PARDO, F.J. (1985): *Esto es televisión*. Barcelona, Salvat.
- REBOLLO, J.A. (1997): «El deporte en Primaria», en GIMÉNEZ, J., SÁENZ-LÓPEZ, P. y DÍAZ, M.: *El Deporte Escolar*. Huelva, Universidad de Huelva.
- SANTOS, M.A. (1994): «Una tarea contradictoria: educar para los valores y educar para la vida», en *Kikiriki*, 31-32; 59-67.
- TELLO, J. (1999): «La didáctica de la educación física y la competitividad en la práctica deportiva», en SÁENZ, P., TIERRA, J. y DÍAZ, M. (Coords.): *Actas del XVII congreso nacional de Educación Física*. Málaga, Instituto Andaluz del Deporte (Junta de Andalucía); 379-390.
- VARIOS (1995): «Hábitos televisivos en escolares», en *Actas del II Congreso Nacional de Educación Física de Facultades de Educación y XIII de Escuelas de Magisterio*. Zaragoza y Jaca 26-29 Septiembre.
- VIZUETE, M. (1997): «Bases teóricas de la Educación Física», en CASTEJÓN, J. (coord): *Manual del maestro especialista en Educación Física*. Madrid, Pila Teleña.

José Antonio Rebollo González y **Julio Tello Díaz** son asesores del CEP de Huelva-Isla Cristina (España) (jrebollo@cephuelva.net) (julio@cephuelva.net).