

TRI CONGRESO ENED-FIEP-RED 2017

Mtra. Elizabeth De Alba Teniente



Título del Proyecto

“Representaciones sociales y construcción de identidad social a través del deporte. El caso de maratonistas y ultra maratonistas”.



Contexto

- Comunicación-Educación
- Doctorante en Educación y Desarrollo Humano.
- Formación en proyectos de Investigación en Ciencias Sociales
- Hipermediaciones, Educomunicación
- 2010



Contexto

Deporte



Centro de
Educación en Línea,
Producción e
Innovación Educativa

Resumen

- La presente investigación pretende conocer las representaciones sociales de hombres y mujeres maratonistas y ultra maratonistas de cinco ciudades del país para identificar los rasgos de la construcción de su identidad social, su desarrollo humano y el carácter transversal del **deporte en la educación**.



Resumen

- Esta investigación pretende abonar en la creación de nuevo conocimiento en la **investigación social del deporte**, crear constructos teóricos que establezcan con claridad **la vinculación entre deporte y educación**.



Introducción

- Contexto deportivo en México



Contexto Deportivo México

- Pasión del aficionado
- Juego y recreación en los parques
- Sociabilidad
- Entretenimiento
- Negocio



Estado del Arte

- Cuarenta producciones científicas
- De ocho años en torno a los estudios científicos sociales del deporte.
- Representaciones sociales- deporte
- Identidad –deporte
- Deporte-maratón y ultramaratón



Estado del Arte

- 14 España
- 8 Estados Unidos
- 5 Chile
- 4 Francia
- 3 Argentina
- 3 Colombia
- 2 Brasil
- 1 México



Marco Contextual

- Este proyecto se inserta en la realidad social de nuestro país, en cinco ciudades del país, **(Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, León, y Puebla)** las sedes más representativas en cuanto a desarrollo deportivo, y de atletismo se refiere.

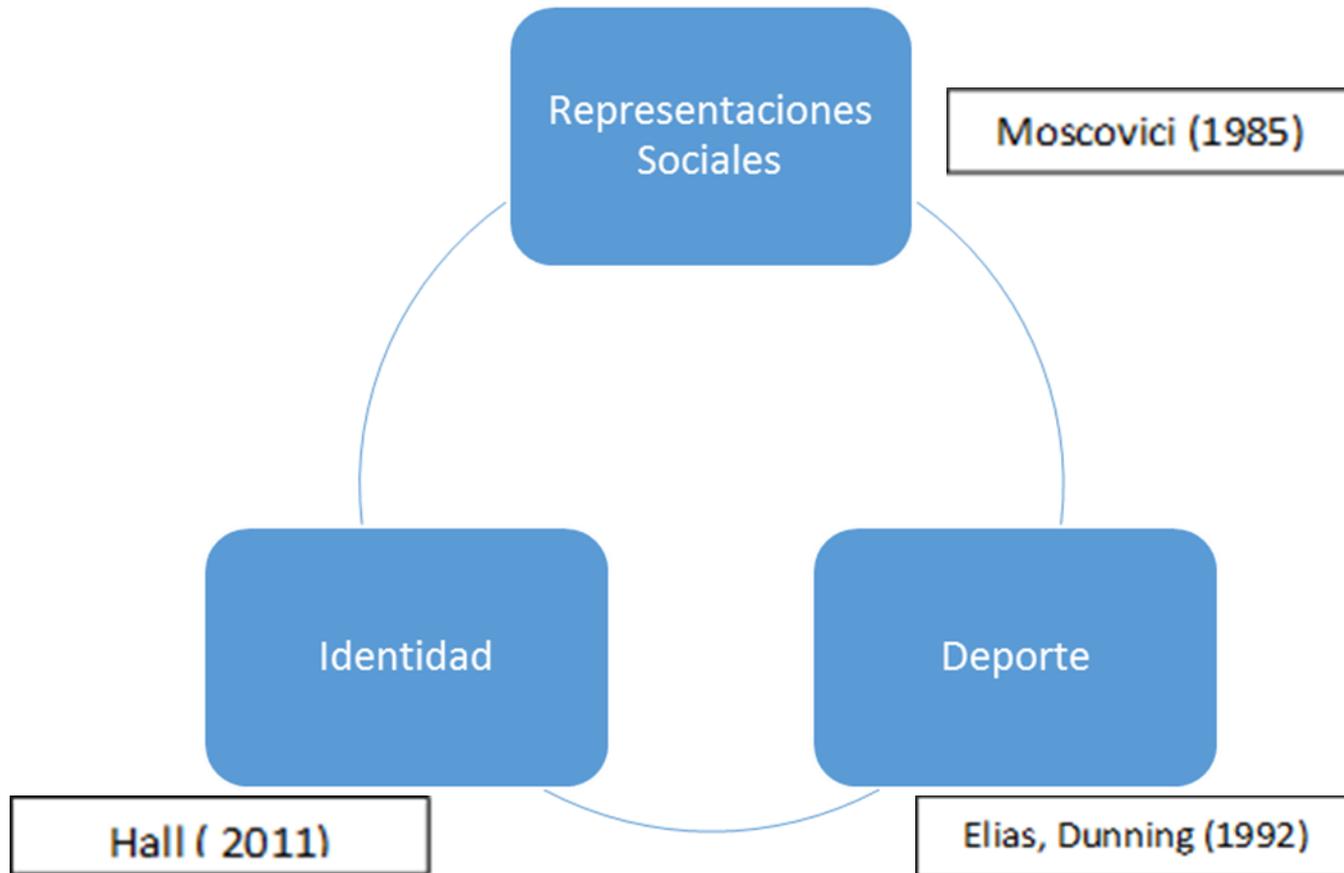


Marco contextual

- Concentración un parte importante de los atletas,
- Equipos de corredores, y clubs deportivos
- Infraestructura deportiva
- Competencias locales
- Los participantes, dedicación en términos de preparación, estilo de vida, auto cuidado, desarrollo y relevancia deportiva y participación en competencias.



Componentes Teóricos



Marco Teórico

- En la actualidad las **representaciones sociales** se consolidan como una importante y amplia propuesta teórica que en términos epistemológicos, logra establecer líneas y parámetros de observación y estudio hacia diversos fenómenos sociales.



Marco Teórico

- Jodelet (1986) quién menciona:
- El concepto de representación social designa una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social. Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio social material e ideal. (p.474)



Marco Teórico

- Imaginario
- Símbolos y significados de sociales con respecto al otro
- Caracterizaciones subjetivas
- Construcción que se realiza desde el sentido común y hace manifiesta actitudes desde un posicionamiento.



Marco Teórico

- DEPORTE
- Galindo (2016) expresa “El deporte está al centro de la vida contemporánea desde un punto de vista extremo y provocador. Es tan importante o más que la religión y la política, siguiendo en la ruta de la provocación. Y agrupa a más personas que cualquier otra actividad, incluyendo la intelectual, por supuesto.” (p.2)



Marco Teórico

Dice Stuart Hall (2003/ 2011)

La identificación es, entonces, un proceso de articulación, una sutura, una sobre determinación y no una subsunción. Siempre hay “demasiada” o “demasiado poca”: una sobre determinación o una falta pero nunca una proporción adecuada, una totalidad. Como todas las prácticas significantes, está sujeta al “juego” de la *différance*. Obedece a la lógica del más de uno. Y puesto que como proceso actúa a través de la diferencia, entraña un trabajo discursivo, la marcación y ratificación de límites simbólicos, la producción de “efectos de frontera”. Necesita lo que queda fuera, su exterior constitutivo, para consolidar el proceso. (p.15-16)



Objetivos

- **Analizar las representaciones sociales y la construcción de la identidad social a través del deporte, concretamente en maratonistas y ultra maratonistas, como eje para la formación y el desarrollo humano, a lo largo de la vida.**
- OBJETIVOS ESPECÍFICOS
- Conocer las características y metodología de las representaciones sociales que permitan, conocer la forma en que se desarrolla la identidad social.
- Conocer el concepto que desarrollan desde la experiencia del deporte los maratonista y ultra maratonistas, como representación del deporte para la formación y el desarrollo humano.
- Conocer la identidad social que construyen los maratonistas y ultra maratonistas desde la práctica deportiva.
- Identificar las representaciones sociales de los maratonistas y ultra maratonista así como las representaciones sociales que hacen de sí mismos.



Enfoque metodológico

- Paradigma interpretativo
- Enfoque cualitativo y su base epistemológica es fenomenología y hermenéutica y generando desde sus resultados una teoría enraizada.
- El tipo de estudio es descriptivo
- Las técnicas de recolección de datos son: focus group y la entrevista historia de vida, y observación.
- El modelo de investigación es el estudio de caso.



Enfoque Metodológico

Participantes: **Muestra intencionada de maratonistas y ultra maratonistas** de cinco ciudades del país (Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, León y Puebla) pertenecientes a equipos atléticos o grupos de corredores no profesionales, de edades entre los 25 y 65 años, hombres y mujeres de condiciones socioeconómicas y educativas diversas.

Los criterios de selección están orientados a personas que realizan el deporte con una actividad de entrenamiento de 4 a 6 días a la semana, orientados por un entrenador, con entrenamientos de una hora a dos, asistiendo de 3 a 5 competencias por año, que practican el atletismo concretamente maratonistas y ultra maratonista, por tratarse de un deporte de gran auge y crecimiento social.

Para el análisis se utilizará la técnica de análisis de contenido, la contrastación teórica, y la triangulación para la pertinencia en términos del análisis.



Metodología

ACCIONES	STATUS
1. Establecer contactos vía redes sociales y eventos deportivos con informantes clave de las distintas ciudades.	Facebook, Twitter, comunidades del país, grupos y equipos. (REALIZADO)
2. Presentarles el proyecto y solicitarles su participación, de manera breve y definiendo las características de su aportación.	Vinculación, acercamiento al proyecto (REALIZADO)



Metodología

ACCIONES	STATUS
3. Mantener un contacto y acercamiento a manera de relaciones públicas con los informantes que permita generar y crear una red o comunidad con los atletas que participarán en la investigación.	Visitas a las sedes, entrevistas directas y vinculación (REALIZADO)
4. Establecer fechas de aplicación de los focus group y las entrevistas que inicien en marzo del 2017 y finalicen en noviembre del mismo año.	Realizadas 3 de 5
5. Realizar un pilotaje previo a estas fechas	(REALIZADO)



Metodología

ACCIONES	STATUS
Aplicación de Focus Group Guadalajara	Realizado
Aplicación de Focus Group CDMX	Realizado
Calendarización Focus Group León	28 de octubre 2017
Calendarización Focus Group Monterrey	9 de diciembre 2017
Calendarización Focus Group Puebla	Enero- Febrero 2018
Análisis de los resultados	Enero-Julio 2018



Experiencia Metodología

- Eventualidades
- Sentido de colaboración
- Deseo por transmitir la experiencia
- Pasión y amor por el deporte
- Cultura deportiva (impacto, psicológico, social, y actitudinal ante el deporte)
- Motivación intrínseca
- Sentido de sociabilidad
- Fuerte reconocimiento de la transformación que deviene del deporte.



Experiencia Metodología

- Cada sede logra establecer particularidades culturales
- Los participantes en su mayoría llevan al deporte fuera del círculo deportivo para integrarlo a otras esferas.
- Sentido de pertenencia
- Se expresa la diferencia
- Configuración del autoconcepto positivo.
- Manifiestan ser capaces de lograr retos



Experiencia Metodología

- Información relativa a la variabilidad de visiones en torno a:
 - 1) El acceso al deporte;
 - 2) Las perspectivas y conceptos del deporte;
 - 3) La práctica deportiva;
 - 4) Las actitudes sociales y las conceptualizaciones del deporte (el rango entre actividad física moderada y la vigorexia);
 - 5) La ética deportiva;



Experiencia Metodología

- Posterior al análisis se podrán integrar aspectos de las representaciones sociales muy concretos.



Referentes

Baudrillard J. (1968) El sistema de los objetos. Siglo XXI editores México 225p.

Bauman Z. (1996) De peregrino a turista, o una breve historia de la identidad. Cuestiones de Identidad y cultural. Stuart Hall y Paul du Gay (comps) Amorrortu Editores Argentina 2011 320p.

Bauman, Z. (2000). Modernidad Líquida. España: Fondo de Cultura Económica.

Becker H. (2015) Para hablar de la sociedad. La sociología no basta. Siglo XXI editores Argentina 336p.

Di Iorio, (SF) Aproximaciones al concepto de Representación Social. Ficha de Cátedra. Facultad de psicología UBA. Disponible: pp.



Referentes

- Elias, N., y Dunning, E. (1992) Deporte y Ocio en el proceso de civilización. España: Fondo de Cultura Económica.
- Galindo, C. J. (2011) Ingeniería de Comunicación Social y Deporte. Instituto de Altos Estudios, sobre Deporte Cultura y Sociedad A.C (INDECUS) México D.F. 185pp
- Galindo, C. J. (2016) Ingeniería de Comunicación Social y Deporte. Apuntes hacia un programa general de trabajo GYCOM, Universidad de los Hemisferios. Editorial Razón y Palabra 213 pp.
- García F. M. (1990). Aspectos sociales del deporte. Una reflexión sociológica. Madrid: Alianza Editorial-CSD.
- García-Naveira, A. (2010). El psicólogo del deporte en el alto rendimiento: aportaciones y retos futuros. Papeles del Psicólogo, Vol. 31, núm. 3, pp. 259-268. Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos. Madrid, España. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/778/77815136005.pdf>
- González R. F (2008) Subjetividad social, sujeto y representaciones sociales. Revista Diversitas. Perspectivas en psicología. 225-242



Referentes

- Grossberg, Lawrence (1996) Identidad y estudios culturales ¿no hay nada más que eso? Cuestiones de Identidad y cultural. Stuart Hall y Paul du Gay (comps) Amorrortu Editores Argentina 2011 320p.
- Hall S. (2011) Cuestiones de Identidad y cultural. Stuart Hall y Paul du Gay (comps) Amorrortu Editores Argentina 2011 320 p.
- Herzlich, Cl. (1979). La representación social: sentido del concepto. En Serge Moscovici (compilador). Introducción a la Psicología social. Barcelona: Planeta.
- Jodelet, D. (1985). *La representación social: fenómenos, concepto y teoría en psicología social (Vol.II)*. Barcelona: Paidós.
- Jodelet, D. (1984). La representación social: fenómeno, concepto y teoría. En Serge Moscovici (compilador). Psicología social II. España: Paidós.



Referentes

- Jodelet, D. (2003). Conferencia inaugural de las primeras jornadas sobre representaciones sociales.
- León, M (2002). Representaciones sociales: actitudes, creencias, comunicación y creencia social. En: *Psicología Social*: Buenos Aires: Prentice Hall.
- Materán, A. (2008) Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa *Geoenseñanza*, vol. 13, núm. 2, julio-diciembre. Universidad de los Andes San Cristobal, Venezuela, pp. 243-248
- Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital*, No. 2, Universidad de Guadalajara, México. Recuperado de:
<http://www.raco.cat/index.php/Athenea/article/viewFile/34106/33945>



Referentes

- Moscoso, D.J. y Alonso, V.L. (2005). Tiempo libre y ocio. (U. C. Antonio, Ed.) *Cultura Ciencia y Deporte: Revista de ciencia de la actividad física y el deporte*.
- Moscovici, S. (1961). El psicoanálisis, su imagen y su público. Buenos Aires: Huemul.
- Moscoso, D.et al. (2009). *Deporte, salud y calidad de vida*. Fundación La Caixa. 140
- Naciones Unidas y UNICEF. (2011). *Deporte para el desarrollo y la paz: hacia el cumplimiento de los objetivos de desarrollo del Milenio*. Estados Unidos: UNICEF.
- Perera, M (SF) Apropósito de las Representaciones Sociales. Apuntes teóricos, trayectoria y actualidad. Disponible:
- Pujadas X. M. (2010) La metamorfosis del deporte: investigaciones sociales y culturales del fenómeno deportivo contemporáneo. Barcelona UOC 2010
- Buenos Aires.
- Vargas, C.E. (1994). *El deporte como objeto de estudio*. Cali: Universidad del Valle



Gracias
Elizabeth De Alba Teniente
Profesor Investigador
Escuela de Educación y Desarrollo Humano
Universidad De La Salle Bajío
edealba@delasalle.edu.mx

