

Introducción al monográfico

Deporte como herramienta igualitaria y de fomento de derechos humanos

El mundo del deporte se ha convertido en una herramienta de transformación social que ha cambiado nuestra forma de vida en las últimas décadas. Se trata de un campo que ha experimentado una gran renovación debido a los avances en el entorno digital.

En este contexto, se está propiciando una renovación que hace que el deporte sea un aliado para promover la igualdad en la sociedad. Al plantearnos la posibilidad de coordinar este número de la revista RESED, correspondiente al año 2024 y titulado “*Deporte como herramienta igualitaria y de fomento de derechos humanos. Análisis sociológico del deporte*”, se ha pretendido dar visibilidad a estudios de gran relevancia en el ámbito deportivo, y abrir un debate acerca de las posibles finalidades que pueda tener el deporte como herramienta social para mejorar la vida de las personas.

En este número han participado profesionales, docentes e investigadores de distintas universidades y etapas educativas, a los que hay que agradecer el alto grado de involucramiento los resultados obtenidos, que se han concretado con una rica variedad de contribuciones, con un mismo hilo conductor común, que sería la reflexión sobre los cambios positivos que puede favorecer el deporte en el ámbito social, una temática aún poco abordada por la comunidad científica. Se han obtenido datos de interés y conclusiones relevantes.

Convendría iniciar esta introducción del monográfico haciendo referencia al estudio realizado por Carlos Medina Cuevas y por un servidor sobre las “Tendencias en el desarrollo de las estrategias de Marketing Digital en LaLiga”. Se comprueba en los resultados que ha obtenido la similitud de estrategias entre las marcas que se encuentran en la élite, siendo los clubes de esta competición los que proponen estrategias más originales y diversificadas los que logran alzar su posición respecto a su nivel de inicio, lo que se traduce en un aumento del valor percibido hacia sus marcas. Es muy interesante este estudio para este número de RESED puesto que se reflexiona sobre el impacto de las acciones de Marketing de una competición de gran calado como es LaLiga en la sociedad, la Fundación LaLiga y el desarrollo de acciones de Responsabilidad Social Corporativa por parte de la misma y la utilización de las redes sociales como herramienta para la proyección de las acciones de marketing.

Otro de los estudios que completa este número sería el realizado por un servidor junto a César Serrano Domínguez titulado “Las acciones de marketing en las organizaciones del fútbol en categoría femenina y masculina, en el que los resultados de la investigación evidencian que las estrategias de marketing influyen en el crecimiento de las entidades del mundo del fútbol, aunque aún existe un margen de mejora para los próximos años.

Seguidamente, se trata otro tema de gran actualidad por parte de David Martínez Guijarro y Javier Barrera Utrera, como es el estudio de los “Medios de comunicación y percepción de la población en el caso Rubiales”. Su investigación revela que la cobertura mediática influyó en la percepción del público, evidenciando una discrepancia entre la imagen inicial de la población y la presentada por los medios. También es destacable la parcialidad informativa a favor de una de las partes y se subraya la relevancia de los medios en la formación de opiniones públicas.

Por otra parte, en este número también se les da visibilidad a entidades del mundo del deporte más modestas, con el estudio realizado por Pedro Pablo Marín-Dueñas y Diego Gómez-Carmona sobre “La comunicación en Twitter de los clubes de fútbol de la 1º RFEF en España”. Se demuestra con esta investigación que también es importante la comunicación en estas entidades. Los clubes de fútbol modestos también desarrollan los medios de comunicación digitales y están presentes en las diferentes redes sociales para hacer llegar su información a los aficionados o seguidores y comunicar con ellos.

La igualdad es otro de los factores más relevantes que el deporte puede propiciar. En el estudio realizado por Estefanía Bachiller-Martínez, Belén Macías Varela y un servidor nos encontramos con un análisis de “Los perfiles de Instagram en el Real Betis Balompié: comparativa del perfil masculino y femenino”. Aquí se analizan los contenidos que publica este club de fútbol y de manera brillante se propone un decálogo de recomendaciones que se pueden tener en cuenta por parte de la entidad para mejorar sus contenidos en la red social Instagram.

Asimismo, es muy destacable el estudio que reflexiona sobre los cánones de belleza como constructo social son objeto de debate, en la medida en la que suponen una gran presión para las mujeres, ampliamente sometidas a estándares inalcanzables y cuerpos considerados perfectos. Las investigadoras Guadalupe Meléndez González-Haba y Marta Pérez López en su artículo titulado “Movimiento *Body Positive* a través de las marcas deportivas. Un análisis de las campañas Nike” constatan la vinculación del movimiento estudiando al mundo femenino y la necesidad de seguir trabajando la diversidad de los cuerpos a todos los niveles. Los resultados de este estudio establecen dicha vinculación.

En la sección de miscelánea, del monográfico, destacamos las implicaciones sociales de los derechos humanos. La educación y los medios de comunicación sirven como amplificadores de dichas causas y medidas sociales. En la aportación, podemos ver cómo hay otras formas de educar en igualdad con la pedagogía queer, como hay una evolución de la diversidad y la representación que pueden tener, y como las redes sociales son un altavoz de sucesos tan actuales como la creación de series que tienen su base en casos reales como el de Rosa Peral.

Para empezar, iniciamos con el trato de avances y retos desde la escuela en pedagogía queer. La profesora Begoña Sánchez Torrejón, de la Universidad de Cádiz, hace un análisis de como las educaciones feministas han ido haciendo hincapié en esta pedagogía, ayudando a entender procesos identitarios propios trayectorias particulares con una mirada interseccional. La

propuesta que plantea se basa en desestabilizar la normalidad cisheteropatriarcal para desarrollar y fomentar las identidades. Comenta como la discriminación se genera desde las aulas, y como las escuelas se deben replantear la necesidad de deconstruir situaciones de desigualdad y romper con los cánones normalizadores, binarios y despatriarcalizar la educación.

Los derechos humanos y las cuestiones sociales se pueden abarcar de muchas maneras, en esta ocasión se estudia concepto de diversidad o educación especial. El artículo de Rubén Éxposito Santiago e Ildefonso David Ruiz López, de la Universidad de Jaén, llamado “Evolución histórica de la atención a la diversidad: un análisis metódico de transformaciones sociales”. Estos autores nos plantean ¿cuáles han sido los factores que han promovido los nuevos cambios de mejora en la conceptualización de la Educación Especial? ¿la atención a la diversidad se ha visto atendida por muchas generaciones? y de ser así, ¿el modo de atenderla ha sido siempre igual?.

Todas estas preguntas las resuelven haciendo un paso por todos los tratamientos que ha padecido la atención a la diversidad a lo largo de la Historia. Abarcan desde el enfoque tradicional con la Edad Media, el Renacimiento hasta el s. XVIII, la teoría de la autonomía personal desde mediados del s. XX y el s. XXI. También realizan una encuesta donde se tratan los diferentes tipos de conceptos en la actualidad, para ver el conocimiento y educación percibida sobre dicha temática de la diversidad.

Otro de los trabajos en los que se basa esta miscelánea tiene que ver con la temática mainstreaming y representaciones sociales: Netflix el caso de Rosa Peral. Este trabajo llevado a cabo por Arturo Lando, profesor de la Universidad Suor Orsola Benincasa de Nápoles, tiene el objetivo de mostrar como este contenido comercial audiovisual ha ido teniendo mayor espacio en plataformas como Netflix. En concreto, es el caso real de Rosa Peral, también llamado “Crimen de la guardia urbana”, llevado a la ficción y que ha conseguido gran difusión mediática mundial.

En este estudio de trata una aproximación teórica de señales mediáticas, por un lado, se habla de la serie y de cómo se exponen los hechos. Por otro, se comenta como a su vez se publicita el documental de Rosa Peral. Diversos estudios corroboran que al espectador le motiva más cuando las series no tienen una comprensión lógica, y como esa desorientación ayuda a mantener más la atención. El documental que sale de forma paralela a la serie hace ver la figura de Rosa Peral de manera más positiva, eso genera que el espectador pueda cambiar de opinión sobre la percepción de su figura.

En el trabajo de Lando se plantea hasta qué punto la afirmación de Pere Solà Gimferrer (2023) es acertada, al comentar que los documentales contribuyen a desvirtuar la causa feminista y utilizan los argumentos de lucha colectiva en un caso particular.

No podemos dar finalización sin antes agradecer la gran oportunidad y generosidad que ha tenido la revista RESED y su editora de brindarnos este espacio para tratar temáticas que no son tan conocidas para la transformación social. La paciencia y determinación han estado

constantes desde el equipo de la revista para no decaer en tiempo o formas por las dificultades que posee el llevar adelante un número.

Rafael Cano Tenorio y Belén Macías Varela