

Agencia Mundial Antidopaje (WADA)
Comité de Educación
Formato de Aplicación a
Subvenciones a Investigaciones en Ciencias Sociales

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**“ANÁLISIS DE CONOCIMIENTOS Y
PERCEPCIONES SOCIALES SOBRE DOPING Y
PREVENCIÓN, EN DEPORTISTAS DE
CÓRDOBA (ARGENTINA) Y SU ABORDAJE
PREVENTIVO”**

Directora:
Prof. Dra ELSA CLARA CORBELLA

Investigadores:
Mag. Ana Cristina Montes, Mag. Eduardo Cordero,
Lic. María Inés Acuña, Esp. Malvina Peláez Prieto, Mag. Luis Matienzo,
Esp. Pascual Villiarolo

Córdoba, Argentina, 2010

Agencia Mundial Antidopaje (WADA)
Comité de Educación
Formato de Aplicación a
Subvenciones a Investigaciones en Ciencias Sociales

**“ANÁLISIS DE CONOCIMIENTOS Y PERCEPCIONES SOCIALES SOBRE
DOPING Y PREVENCIÓN, EN DEPORTISTAS DE CÓRDOBA
(ARGENTINA) Y SU ABORDAJE PREVENTIVO”**

Directora: Dra Elsa Clara Corbella

Equipo de investigación: Mag. Ana Cristina Montes, Mag. Eduardo Cordero,
Lic. María Inés Acuña, Esp. Malvina Peláez Prieto, Mag. Luis Matienzo,
Esp. Pascual Villiarolo

RESUMEN

Este trabajo de investigación en Ciencias Sociales tiene como respuesta a la convocatoria de la Agencia Mundial Antidopaje (WADA), Comisión de Educación, que tiene como finalidad el mejoramiento de los procesos de conocimiento de la realidad del dopaje en distintos lugares del mundo para enfocar la prevención del mismo

El dopaje en el deporte es un fenómeno ampliamente difundido periódicamente por los medios de comunicación al público, lo cual pone en duda cualquier actuación atlética. El dopaje, sin embargo, tiene una historia muy antigua que va más allá de los deportes y se reconoce en la relación entre el cuerpo, las drogas y el rendimiento. Este estudio se interesó por los deportistas federados y no federados de la Provincia de Córdoba, Argentina y tiene como objetivo abordar sus pronunciamientos y sus representaciones sociales específicas de dopaje y su prevención. A través de encuestas semi-estructuradas sobre el tema del doping y prevención, han sido encuestaron 1548 atletas, hombres y mujeres de diferentes disciplinas deportivas individuales y colectivas, federados y amateurs. También se entrevistaron 145 personas relacionadas directamente con los deportistas, entre los cuales se incluyen entrenadores, médicos deportólogos, dirigentes, periodistas deportivos, etc., a los cuales se le aplicaron entrevistas semi-estructuradas sobre el tema del dopaje y su prevención.

Las Representaciones Sociales (Moscovici, 1984; Jodelet, 1989; Doise, 1992) inspiraron el marco teórico y metodológico de este estudio, permitiendo un análisis descriptivo de ambas posiciones y estructurales de la toma de posición de los sujetos. El análisis descriptivo rescata cinco categorías de discurso. Las definiciones del dopaje en la mayoría se basan en conceptos equivocados, ya que lo representan como antidoping, otros sobre las nociones de peligro, de los efectos naturales y artificiales, de la desposesión de sí mismo y del rendimiento, de los efectos en el cuerpo y de la transgresión a la ley. Las causas de dopaje aparecen en los planos individual y social. Las razones que se atribuyen a la negativa del dopaje son biológicas, morales, médicas y técnicas. Las consecuencias del dopaje son a la vez paradójicas y ambivalentes. Por último, emerge un conjunto de matices con respecto al nivel, a la naturaleza o la forma de dopaje que resulta ser relativamente complejo y diferenciado entre los deportistas y personas relacionadas con ellos. En el análisis estructural emergen dos niveles en las representaciones del dopaje en los deportivos: una oposición sujeto/ fuera del sujeto y una oposición ética tradicional / característica inherente a la moral del universo de deporte. Parecería que finalmente, a pesar de los problemas como el dopaje, los ideales en que descansa el deporte todavía tienen un lugar en el deporte de élite y amateur. Por ello, tienen construida la idea que a partir de la educación antidoping se logrará vivenciar “el juego limpio” en las prácticas deportivas.

Palabras clave: deporte sin dopaje, las representaciones sociales, la transgresión ética, cuerpo, lealtad, educación antidoping.

INDICE

-RESUMEN.....	1
-ABSTRAC.....	3
-INDICE.....	4
-PREFACIO.....	8
-INTRODUCCIÓN	
A.- UNA TAREA, UNA RESPONSABILIDAD.....	12
B.- ANTECEDENTES GENERALES.....	14
C.- ASUNTOS DE INVESTIGACIÓN:	
C.1.- Planteamiento del problema.....	17
C.2.- Preguntas de la Investigación.....	19
C.3.- Hipótesis de la Investigación.....	20
C.4.- Objetivos Operacionales.....	20
C.5.- Recursos metodológicos:	
a.-Marco metodológico.....	21
b.-Metodología: Campo de Estudio.....	22
c.-Delimitación del Campo de Estudio.....	23
d.-Métodos y Técnicas de Recopilación de Datos.....	24
D.- RELEVANCIA DE LA INVESTIGACIÓN PARA LA PREVENCIÓN DEL DOPAJE	
-CAPÍTULO I: EL OBJETO A ESTUDIAR: CONCEPCIONES Y REPRESENTACIONES SOCIALES	
1.1.-Percepciones Sociales y Representaciones Sociales.....	31
1.2.-Representaciones Sociales.....	32
1.2.1.- ¿Qué son las Representaciones Sociales?.....	35
1.2.2.-Por qué estudiar las Representaciones Sociales?.....	36
1.2.3.- Los alcances conceptuales.....	37
1.3.-Conceptualizando las Representaciones Sociales.....	38
1.3.1.- El alcance de lo social en las Representaciones Sociales.....	43
1.3.2.-Formación de las Representaciones Sociales.....	45
1.3.2.1.-Definiendo objetivación y anclaje.....	46
1.3.3.- Funciones de las Representaciones Sociales.....	51

1.3.4.- Dimensiones de las Representaciones Sociales.....	53
1.3.4.1.- La Actitud.....	54
1.3.4.2.-La información.....	55
1.3.4.3.- Campo de la representación.....	55
1.4.- Las representaciones Sociales y el Doping.....	57
1.5.- Representaciones Sociales y Prevención del Doping.....	60

CAPÍTULO II: EL OBJETO DE LAS REPRESENTACIONES: DOPING Y SU PREVENCIÓN

2.1.- El objeto de las Representaciones Sociales: Doping y su Prevención.....	62
2.2.- ¿Qué es el Doping?.....	62
2.3.- Cuando se produce el doping.....	63
2.4.- ¿Por qué se dopan los deportistas?.....	64
2.5.- ¿Cuántos tipos de control de dopaje existen?.....	64
2.6.- Prevención del doping.....	66

CAPÍTULO III: EL SUJETO DE LAS REPRESENTACIONES: LOS DEPORTISTAS DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA-ARGENTINA

3.1.- El deporte y el deportista.....	68
3.2.- Córdoba –Argentina- y los deportes	
3.2.1.-Córdoba.....	69
3.2.2.-Deportes en Córdoba.....	70
3.3.- Federaciones de Deporte y los Deportistas.....	70
3.4.- Deportes Amateurs.....	72

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1.- Aproximándonos a los resultados.....	74
4.2.- Análisis de datos de encuestas y entrevistas de conocimiento y de opinión sobre el doping y su prevención	
4.2.1.- Análisis de Encuestas.....	76

4.2.2.- Análisis de Entrevistas.....113

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

5.1.- Discusión de las Dimensiones que constituyen las
Representaciones Sociales de los Deportistas de Córdoba...144

5.2.- Discusión de las dimensiones que constituyen las
Representaciones Sociales de las personas relacionadas con los
deportistas de Córdoba.....156

5.3.- Conclusiones.....170

5.4.- Conclusiones: Aproximaciones hacia la Hipótesis.....179

**CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES Y PROPUESTAS PARA LA
PREVENCIÓN DEL DOPAJE**

6.1.- Entidad Deportiva y rol en la prevención del doping.....185

6.2.- Acciones para realizar sueños y transformar la realidad del
Doping.....187

6.3.- Una posibilidad de prevención desde....189

BIBLIOGRAFÍA193

PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO

“Una teoría no es el conocimiento: permite el conocimiento. Una teoría no es una llegada; es la posibilidad de una partida. Una teoría no es una solución, es la posibilidad de tratar un problema. Dicho de otro modo, una teoría sólo cumple su papel cognitivo, sólo adquiere vida, con el pleno empleo de la actividad mental del sujeto. Y es esta intervención del sujeto, lo que le confiere al término de método su papel indispensable”

(E. Morin, Ciencia con conciencia, 1984)

PREFACIO

Este trabajo de investigación en Ciencias Sociales es la respuesta a la convocatoria de la Agencia Mundial Antidopaje (WADA), Comisión de Educación, quienes tienen como meta el mejoramiento de los procesos de conocimiento de la realidad del dopaje en distintos lugares del mundo para enfocar la prevención del mismo (Ej.: diseño y validación de herramientas de medición, modelos de comportamiento, perspectivas específicas culturales o regional, etc.). Ante este reto este grupo de investigadores universitarios de la Ciudad de Córdoba, Argentina se adhirió a este desafío, dado que no se observaban estudios que abordarían esta problemática entre los deportistas federados y no federados de la provincia.

La elaboración de esta investigación constituye el resultado de dos años, de trabajo, lectura, reflexión, interrogantes, dudas, respuestas y aclaraciones que requirieron un gran esfuerzo y una alta dosis de motivación. El camino que se inició con las primeras preguntas, y que en cierta medida, marcaron un punto de llegada transitorio, implicó un complejo proceso de “aprendizaje” de conceptos, principios y teorías que fueron integrados, representados, revisados y/o cambiados en la estructura de conocimientos de los autores, un proceso enmarcado en el área de las Representaciones Sociales y el doping. Se trató de un proceso de adquisición, desarrollo y construcción dentro de las Ciencias Sociales y el Deporte, temas de interés específico en el que nos introducimos con ciertos conocimientos previos e interrogantes y que en la fase de reestructuración, se detuvo en el tiempo y el espacio para presentarse como una investigación dentro del campo de las Ciencias Sociales, que tenía como meta el doping y su prevención dentro del ámbito de la Provincia de Córdoba, Argentina.

Tal como se plantea a lo largo de esta investigación, el proceso de las Representaciones Sociales implica conocimientos previos, conocimientos del sentido común y actitudes. Consideramos que este estudio es un “alto en el camino, para no detenerse”, ante lo cual, traemos una serie de conocimientos previos que alimentan y definen el mismo. Así, desde hace muchos años, vamos observando como dentro del marco del deporte, se va incrementado el uso indebido de sustancias o técnicas entre los deportistas argentinos. Desde estas observaciones en el comportamiento, el aspecto físico y la situación de los deportistas federados o no se origino “algo” muy especial, diríamos que esto fue el generador de la preocupación constante, por el estudio del fenómeno del doping por parte de los deportistas. Todo el recorrido por este espacio de formación e información, está surcado por numerosos lugares y tiempos: el trabajo y las publicaciones de W.A.D.A. (Agencia Mundial Antidoping), los modos para llevar a cabo los controles antidoping, generar investigaciones, producción de materiales, cursos, estudios superiores, trabajos con propuestas educativas, charlas, encuentros..., básicamente con el interés de promover la educación antidoping en ámbitos deportivos.

El énfasis de este estudio está centrado en los procesos, como en los resultados, la finalidad, fue indagar el por qué no se activan los aprendizajes de aspectos preventivos sobre el doping y la enseñanza dinámica, mediante el análisis crítico de las realidades, contextos y factores que inciden para que un gran número de deportistas, mujeres y varones, transiten por esos caminos oscuros, diríamos, a veces, sin salida.

Posteriormente, al “*cruzar esta nueva etapa de formación*” y en el contacto directo con los deportistas federados y no federados y personas de su entorno deportivo de Córdoba, se continuaron con las indagaciones y preocupaciones por lograr un conocimiento más acabado de las Representaciones Sociales y es desde aquí donde dirigimos la mirada a las estrategias didáctica como el posible factor que permita acceder a un proceso de cambio en las concepciones, conocimientos, actitudes, comportamientos no adecuados y pertinentes a la realidad del doping y así lograr que atletas y personas de su entorno trabajen mancomunadamente por un “Juego Limpio”.

Encontramos en el discurso de nuestros entrevistados y encuestados, sugerencias y opiniones, diríamos clamores y exigencias, uno de ellos, expresa “*Creo que está*

faltando más Educación e información en varios puntos donde se convocan deportistas (Carlos Paz, colegios, etc.) Además, haciendo un poco de autocrítica, creo que los dirigentes, preparadores físicos, entrenadores, periodistas, etc.... deben ser más solidarios y ayudar a aquellos deportistas que sufren por sus conductas desleales” (P. 28) y una marcada ponderación en la necesidad de que los preparadores físicos, entrenadores, etc. se preparen para trabajar con la educación antidoping, otro deportista dice “Me parece que muchos de ellos (entrenadores, dirigentes, periodistas, familia, etc.) enseñan tratando la situación actual sin conocer muy bien del problema del doping .Deberían conocer a fondo para luego informar, aconsejar, enseñar” (E. 203)

Los resultados de este trabajo de investigación señalan que se requiere un conocimiento más profundo de la realidad de los deportistas, diríamos de cada zona de la provincia, de cada institución deportiva porque es un contexto singular y con identidad propia, donde sus atletas son únicos, a igual que, sus Representaciones Sociales y sus conocimientos. Es por ello, que todas las personas que integran el círculo del deportista, deben poseer una sólida preparación, que active procesos de prevención, basada en la observación, y evaluación continua y formativa de los deportistas y su medio. Esta acción es sumamente compleja y ‘dura’ pero demuestra que es posible obtener resultados positivos cuando, el eje atraviesa el centro del conocimiento y la formación de los deportistas y las personas relacionadas con ellos, para que aprendan conceptos, procedimientos y actitudes relativos al doping y su prevención.

Estas experiencias previas, entre otras, la revisión de una serie de estudios sobre el conocimiento del sentido común de grupos de deportistas que pertenecen a diferentes disciplinas y de distintos sectores de nuestra Provincia de Córdoba y el cómo generar el cambio, nos llevaron a revisar los modelos teóricos sobre las Representaciones Sociales, y desde allí, aproximarnos a las concepciones de los sujetos investigados. Así, este trabajo, abarca el conocimiento del objeto y proceso de las Representaciones Sociales: el doping y su prevención. Se complementa con el análisis de los datos y las conclusiones sobre los grupos encuestados y entrevistados y la posibilidad de explicar, revisar y reestructurar las Representaciones Sociales sobre el Doping y prevención, es decir, proponer desde el análisis crítico, construir

espacios para el cambio conceptual, actitudinal y conductual de los deportistas federados y amateurs, familias, médicos deportólogos, cuerpos técnicos, etc.

Analizando y reflexionando sobre este proceso, podemos concluir que toda institución deportiva necesita obligatoriamente recorrer el laberinto de las Representaciones Sociales de los deportistas sobre el dopaje para encontrar un camino seguro de conocimientos, de informaciones y de prevención, que conduzca a la correcta salida, para enfrentar con ímpetu y fuerza, la problemática del uso indebido de drogas y técnicas por parte de nuestros atletas.

Comprender las representaciones de un sujeto implica adentrarse en su epistemología personal, en sus creencias, en sus teorías implícitas y en las representaciones sociales del contexto en el cual las ha construido y se ha construido.

“...á teoría de las representaciones sociales no es una psicología de la cognición referida a la vida social, sino más bien una teoría que sitúa las actividades psicológicas en la vida social...la cognición social sea considerada como la actividad de mentes individuales que se enfrentan al mundo social. Por el contrario, para las representaciones sociales, las actitudes y atribuciones surgen como consecuencia de la participación en la vida social y conforman la punta visible de un iceberg que tiene como base oculta las verdaderas estructuras que permiten al sujeto construir actitudes y atribuciones significativas” (Castorina, José, 2003: 31-32)

Agencia Mundial Antidopaje (WADA)

“ANÁLISIS DE CONOCIMIENTOS Y PERCEPCIONES SOCIALES SOBRE DOPING Y PREVENCIÓN, EN DEPORTISTAS DE CÓRDOBA (ARGENTINA) Y SU ABORDAJE PREVENTIVO”

Directora: Dra Elsa Clara Corbella

Equipo de investigación: Mag. Ana Cristina Montes, Mag. Eduardo Cordero, Lic. María Inés Acuña, Esp. Malvina Peláez Prieto, Mag. Luis Matienzo, Esp. Pascual Villiarolo

INTRODUCCIÓN

A.-UNA TAREA, UNA RESPONSABILIDAD

"El doping es un problema que avanza permanentemente y golpea con fuerza al deporte en su mismo corazón, ignorando el fundamento ético y humano del deportista, ya que va destruyendo los valores que se logran y conduciéndolo al envilecimiento de su persona". (Corbella, Elsa, 2010)

En momentos en que los deportistas argentinos y de todo el mundo hacen más frecuente el uso indebido de drogas y técnicas para mejorar su performance, fue necesario asumir nuevos enfoques, y otra manera diferente de observar este fenómeno. Esta tarea de investigación está signada por la responsabilidad de encaminar el abordaje de esta problemática desde el conocimiento profundo de la realidad, y esto se logró a través, del análisis de las percepciones sociales y los conocimientos que poseen deportistas sobre el doping y la prevención. De esta manera se pudo explorar y describir más allá de las estadísticas y las políticas de intervención que actualmente se utilizan y que no han sido capaces de emprender el problema de manera integral y coherente con la realidad del deportista.

Esta propuesta tuvo como objetivo general, describir las Percepciones Sociales y los conocimientos sobre doping y prevención que posee la población de deportistas federados y amateurs de la Provincia de Córdoba y ofrecer a entrenadores, médicos, profesores, periodistas, etc. orientaciones de Educación Antidoping.

Este análisis de las Percepciones Sociales y los Conocimientos de deportistas Cordobeses y su abordaje preventivo, respecto al doping, tendió a rescatar el

significado atribuido a estas prácticas, que les dan un sentido social al dopaje dentro de la práctica del deporte.

La presente investigación es un estudio de tipo exploratorio-descriptivo que indagó las Representaciones Sociales y los conocimientos sobre el doping que poseen los deportistas de la Provincia de Córdoba- Argentina y las prácticas y teorías de las personas que están en contacto directo con ellos.

Partiendo del marco teórico de las relaciones sociales, e integrando metodologías cuali-cuantitativas, específicas para el análisis de las Representaciones Sociales, en poblaciones de deportistas federados y no federados de distintas instituciones deportivas, se categorizaron dichas concepciones o representaciones sociales y conocimientos referidos al concepto de doping, consumo indebido, efectos, causas, consecuencias y prevención. También participaron los entrenadores, médicos, profesores, periodistas, etc. mediante entrevistas donde se analizaron los procesos de intervención de Educación antidoping que llevan a cabo.

La hipótesis que guió esta investigación es que si se conocen las percepciones y conocimientos de los deportistas sobre doping y su prevención y los fundamentos teóricos y prácticos de las clases de entrenamientos deportivos de las distintas instituciones deportivas de la Provincia de Córdoba, entonces es posible estructurar determinados lineamientos e intervenciones para aplicar la Educación Antidoping. Para corroborar la misma se aplicó la siguiente metodología que estuvo centrada en encuestas a deportistas y entrevistas a personas de su entorno deportivo para lograr los datos, los cuales fueron analizados, mediante comprensión e interpretación de los mismos, consignados mediante categorización y tabulación, para luego proceder a la comparación. A partir de las conclusiones y los presupuestos teóricos para la Educación Antidoping se construyeron los lineamientos correspondientes.

Entre los procesos de intervención están las propuestas específicas desde la didáctica de la educación antidoping y las actividades de educación entre pares para los deportistas más jóvenes que concurren a las distintas instituciones deportivas de la Provincia de Córdoba. Esta metodología asegura un proceso favorable por la proximidad de los jóvenes, a través de los intereses, códigos, relaciones, al mismo tiempo son multiplicadores de sus conocimientos en otros lugares.

Se deja constancia que en las citas textuales de opiniones, conocimientos y expresiones de los encuestados se conservan la ortografía y la estructura gramatical de los deportistas.

B. ANTECEDENTES GENERALES

En el abordaje de este trabajo de investigación actúan como referentes diversos trabajos de investigación y fuentes de información específicos sobre esta temática.

En la Argentina la investigación llevada a cabo por el Dr Carlos D'Angelo, Dra Mónica Nápoli y Lic. Diana Solís (2005) sobre "*La percepción sobre el doping y los sistemas de prevención en la población de estudiantes de Educación Física*", se sustenta en que esta investigación tiene la finalidad de realizar políticas más eficaces de prevención sobre el uso indebido de drogas en el deporte. Analiza las representaciones sociales, como construcciones simbólicas, sociales y políticas y que forman parte del universo cultural que posibilita al hombre darle sentido a las situaciones que lo rodean. Comprenden actitudes, normas, percepciones, valores y prejuicios en torno a este aspecto de la realidad, consumo indebido de drogas en el deporte.

Los especialistas Luna Maldonado, Pérez Cáceres y Osuna Carrillo (2005), en un extenso artículo dedicado a los "*Problemas médico-legales derivados de las actividades deportivas*" acercan una conceptualización sobre dopaje como "la promoción, incitación, consumo o utilización de las sustancias y grupos farmacológicos prohibidos y de los métodos no reglamentarios destinados a aumentar las capacidades físicas de los deportistas o a modificar los resultados de las competiciones en las que participan" También consideran que es importante divulgar información relativa al uso de sustancias y grupos farmacológicos prohibidos, métodos no reglamentarios y sus modalidades de control y luego ofrecen en forma extensa los nombres, clasificación, efectos y consecuencia del uso indebido de estas drogas.

Otro referente importante es la publicación de la Convención Internacional contra el Dopaje en el Deporte, de la UNESCO, (2005), el cual aborda distintas cuestiones sobre el tema y la prevención.

En la investigación realizada por Alonso (1999) en San Juan del Rey, Minas Gerais,

sobre “*Representación social del alcoholismo*”, se constató que en algunos sujetos alcohólicos sin tratamiento tanto en la técnica de la entrevista como en la asociación libre, ofrecían respuestas referentes a que el alcohol estimula el sexo, elimina la timidez, da coraje, como expresión de los mitos que rodea al alcoholismo. Sin embargo, el grupo alcohólico en tratamiento no ofreció este tipo de creencias, por lo que en la Representación Social del alcoholismo no incluían los mitos como el primer grupo. Es decir, que los mitos pueden contribuir en la persona (amén de otros factores) a la conducta adictiva pero una vez establecida la conducta del uso indebido se incorporan nuevos mitos por la influencia del grupo, para los cuales la existencia de los mismos sirve para justificar la conducta

En “*Evaluación de las habilidades sociales en los alcohólicos*” son explicados los mitos que pueden estar condicionados al reforzamiento positivo (performance y recompensa obtenidos después del consumo) y al reforzamiento negativo (alivio de situaciones desagradables). También pueden ser explicados por el aprendizaje social, según el cual, a través de las interacciones sociales, el sujeto incorpora las normas de comportamiento, las opiniones, criterios, etc., disponibles en los grupos sociales a los cuales pertenece. (Gomes y Lima, 2004).

En el artículo *Doping entre los deportistas adolescentes*, Yesalis CE, Bahrke MS. *Baillieres Best Pract Res Clin Endocrinol Metab*, Mar 2000; 14(1):25-35. Estos autores, verdaderas autoridades mundiales en la materia realizan una revisión del complejo problema del uso de drogas en el deporte. Más allá del repaso de los conocimientos científicos se destaca la reflexión final sobre las causas que favorecen su consumo.

Entre los adolescentes americanos, el 3-12% de los varones y el 1-2% de las mujeres, admiten haber consumido anabólicos en algún momento de su vida.

La estrategia actual para enfrentar el doping es multifacético y primordialmente incluye la educación y la prevención, junto a programas de detección. Sin embargo, las demandas para el uso de drogas que aumenten la performance han sido creadas por la idea fija de la sociedad en el triunfo y en el aspecto físico. Para corregir estas desviaciones debemos cambiar nuestros valores en estos aspectos sociales.

Entre las teorías que explican el uso de drogas se hace necesario buscar diversos enfoques y miradas que permitan entender al doping, desde los actantes y la

función, el sentido y el significado atribuido al consumo de drogas en el deporte, y que genere otras formas de intervención a nivel deportivo, social y educacional.

Es así como, la teoría de las Representaciones Sociales, parece ser una alternativa a esta perspectiva, donde el consumo de drogas en el deporte sería un objeto social representable, al que se le asigna un sentido y un significado social.

Numerosas representaciones son sociales porque son conocimientos de sentido común, que trascienden la esfera de las simples opiniones, imágenes y actitudes. Se trata de sistemas cognitivos que poseen una lógica y un lenguaje particular, de teorías, destinadas a descubrir la realidad y ordenarlas. Son compartidas a nivel de una misma comunidad por eso se refiere a las representaciones colectivas. Este hecho incide sobre el comportamiento social y la organización del grupo, y llega a modificar el propio funcionamiento cognitivo. (Corbella, Elsa: 2006)

Como fenómeno, las Representaciones Sociales se presentan de formas variadas: como imágenes que condensan un conjunto de significados, sistemas de referencia que posibilitan la interpretación de lo que nos rodea e incluso otorgan sentido a lo inesperado y categorías de clasificación de circunstancias, de hechos o personas, constituyen el conocimiento " *de sentido común*", una manera de vivir y pensar la vida cotidiana, en forma de conocimiento social, que nos permite asumir una postura frente al mundo.

Jodelet establece una definición general para las representaciones sociales, a saber:

“El concepto de representación social designa una forma de conocimiento específico, el saber del sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social...” (Jodelet, 1999: 474)

Del análisis de la autora, se desprenden cinco características del hecho de representar:

- Siempre es la representación de un objeto (algo o alguien), no como una copia de lo real, sino que constituye el proceso por el cual se establece su relación con el mundo y las cosas.
- Tiene un carácter de imagen y la propiedad de poder intercambiar lo sensible y la idea, la percepción y el concepto.
- Tiene un carácter simbólico y significante.

- De carácter autónomo y creativo.
- Posee un carácter constructivo.

En la práctica responde a cuatro funciones esenciales:

1º.- De conocimiento o saber.

2º.- Funciones identitarias, sitúa a los individuos en el campo social, permitiendo la elaboración de una identidad social y personal.

3º.- Función de guía para el comportamiento.

4º.- Funciones justificadas, argumenta las tomas de posición y los comportamientos a posteriori en la interacción.

Lo anterior, tiene implicancias para esta investigación, ya que es posible centrarse en la Representación Social como producto, en términos puramente de contenido, o como proceso lo que orienta la investigación hacia planteamientos comparativos.

Para los efectos de esta indagación, nos centraremos en las Representaciones Sociales en tanto producto y proceso. Por un lado, identificando los contenidos y el núcleo figurativo de dichas representaciones, y por el otro, comparando las representaciones sociales y la influencia desde el área deportiva a la que pertenecen, en la elaboración de su discurso frente a las conductas de consumo, o no consumo de drogas en la práctica deportiva, sin olvidar que cualquier separación entre producto y proceso, en el caso de las Representaciones Sociales es meramente artificial, y que sirve para poder analizarlo con claridad, pero que la representación social en sí misma es ambas cosas a la vez, por lo tanto inseparable e irreductible. También del análisis de las propuestas de educación antidoping de entrenadores, desde las teorías psicológicas del aprendizaje, principios didácticos, filosóficos y pedagógicos (Enfoque Histórico Cultural, la Educación entre Pares, Teoría de Bruner, Ausubel, etc.)

C.-ASUNTO DE INVESTIGACIÓN

C.1.-Planteamiento del problema

En el mundo del deporte la utilización de drogas y métodos para aumentar la performance física no es nueva, de hecho a lo largo de la historia han sido utilizadas como puente hacia el éxito, como medicina para incrementar su rendimiento físico, con la condición de ser el mejor, y poder soportar presiones.

Sin embargo, en la actualidad, el uso de estas sustancias entre los deportistas se ha incrementado a igual que otros métodos, por lo que ha sido intensificado el control de dopaje en los campos deportivos, en casi todos los países. Problemático y febril este siglo trajo numerosísimos casos de doping positivo, puesto de manifiesto en los Juegos Olímpicos (2009) y esto alertó a las federaciones y asociaciones deportivas y se comenzó a reglamentar y analizar con mayor profundidad el tema.

La historia es cíclica y en nuestro país, el doping es un fantasma que acecha, son numerosos los deportistas sancionados, aunque saben que pueden ser pasibles de controles y deberán atenerse a las sanciones previstas.

Esto hace preciso investigar, sobre todo cuando observamos cómo los índices de consumo se incrementan y disminuyen las edades de inicio en la mayoría de los deportes, especialmente en nuestra Provincia de Córdoba, lo que nos lleva a cuestionar los escasos planes implementados, sobre todo en el terreno de la prevención.

Los datos estadísticos recientes indican que el consumo de drogas en los deportistas, es más del 90% los que creen que las sustancias y métodos prohibidos aumentan el rendimiento y que el 30% conoce personalmente alguien que usa sustancias prohibidas (Secretaría de Deportes, 2006), por lo tanto son ellos quienes deberán ser el foco de estudio, y es en este segmento de la población donde las intervenciones en materia preventiva deben potenciarse.

Esto nos lleva a buscar conceptos teóricos que no solo incluyan aspectos socio-demográficos y/o culturales, sino también buscar una mirada integradora, que incluya aspectos como imagen, percepciones, representaciones y conocimientos sobre doping y prevención y analizar como ellos afectan el sentido otorgado al consumo, efectos, en definitiva, como cada persona estructura significaciones que validan su actuar en determinado contexto y como se realiza el proceso de intervención de la educación antidoping de los entrenadores, médicos, etc. responsables de los deportistas..

Parece interesante aplicar los conceptos de la teoría de las Representaciones Sociales o concepciones en el estudio del doping en deportistas, permite una mirada de mayor amplitud y profundidad, otorgando protagonismo a los deportistas, donde el énfasis estaría puesto en ellos y su significaciones particulares, aportando un cuerpo conceptual que hace posible entender el fenómeno del dopaje de manera integral,

tanto en la producción y reproducción de sentido social en los grupos deportivos federados y no federados, sin que ello contribuya a generar o mantener prejuicios y estereotipos respecto al fenómeno.

Esta investigación pretende interpretar lo que piensan y sienten los deportistas de Córdoba, a través del estudio de sus Representaciones Sociales y de los conocimientos respecto a este fenómeno, y las formas de entender el problema en el ámbito deportivo, ya no desde la conducta desviada, la anomia o desde los mitos, sino desde el entender las significaciones que dan origen a acciones con sentido social, desde los mismos atletas federados o no, privilegiando la riqueza de los procesos de significación que se estructuran en los discursos grupales. También abarca la determinación de los fundamentos teóricos y prácticos con los cuales los entrenadores, médicos, preparadores físicos y dirigentes que están en relación directa con los deportistas abordan la Educación Antidoping,

La realidad escogida para el desarrollo de esta investigación son los ámbitos donde se llevan a cabo actividades deportivas federadas o no federadas de la Provincia de Córdoba (Argentina).

C.2.- Preguntas de investigación

Las preguntas que guiaron esta investigación, son las siguientes:

¿Cuáles son los Conocimientos y las Representaciones Sociales atribuidas, por los deportistas de la Provincia de Córdoba al doping y su prevención? ¿Cómo enfrentar la inexistencia o las escasas orientaciones en la Educación Antidoping? ¿Qué tipo de actividades se dan en las clases de entrenamiento? ¿Cómo inciden en el aprendizaje y las conductas de los deportistas?

Entendiendo la Representación Social, como un concepto híbrido, que contiene elementos psico-socio-culturales, y que permite interpretar y construir la realidad, e incluso lo inesperado, constituye un tipo de pensamiento práctico o de sentido común que orienta la acción.

El supuesto teórico, que direccionó esta investigación, es que las percepciones sociales o concepciones, respecto del doping y su prevención, se enmarcan dentro de un contexto particular de interacción social, las cuales reproducen esas representaciones dándole a la acción un sentido social aceptado, por lo tanto orientan

la conducta y las actitudes de los miembros del grupo. Las estrategias educativas para la Educación Antidoping desde las clases de entrenamiento, gimnasia, deben basarse en los conocimientos de estas representaciones y estar fundamentadas en principios didácticos, psicológicos, pedagógicos para fortalecer la socialización del atleta, asimilando un sistema de conocimientos, normas y valores.

C.3.-HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN:

“Si, se conocen las percepciones y conocimientos de los deportistas sobre doping y su prevención y los fundamentos teóricos y prácticos de las clases de entrenamientos deportivos de distintas instituciones deportivas de la Provincia de Córdoba, entonces será posible estructurar determinados lineamientos e intervenciones para aplicar la Educación Antidoping”.

C. 4.-OBJETIVOS OPERACIONALES:

1. Objetivo General

- Describir las Percepciones Sociales y los conocimientos sobre el doping y su prevención, que posee una población de deportistas de la Provincia de Córdoba y las orientaciones de Educación Antidoping de entrenadores, médicos, preparadores y profesores de educación física.

2. Objetivos Específicos

- Delimitar el marco teórico conceptual en el que se desarrolla el objeto investigado, permitiendo determinar su nivel de actualidad.
- Determinar la génesis y fundamentos teóricos del problema que investigamos.
- Determinar los presupuestos teóricos para la Educación Antidoping.
- Aplicar las encuestas a los deportistas y efectuar entrevistas a entrenadores para lograr datos.
- Organizar y analizar los datos mediante cálculos estadísticos

- Identificar los contenidos de las percepciones sociales y los conocimientos de los deportistas de la Provincia de Córdoba, en relación con el doping y su prevención.
- Determinar las concepciones, procesos de intervención de entrenadores, médicos, preparadores físicos de la provincia de Córdoba.
- Conocer el componente actitudinal, ligado a las Representaciones Sociales.
- Caracterizar los contextos particulares o circunstancias donde los deportistas suponen que asumirían las conductas de abstención o consumo de drogas en la práctica de un deporte.
- Caracterizar la influencia de las orientaciones educativas y preventivas de las instituciones deportivas a las que pertenecen los deportistas, respecto al modo en que estos construyen y sostienen un discurso sobre el consumo y los efectos de drogas en la práctica de un deporte.
- Concretar los Lineamientos para la Educación Antidoping, sustentados en fundamentos didácticos, psicológicos, filosóficos, políticos y pedagógicos, para la aplicación en las clases de entrenamiento de las prácticas deportivas en la Provincia de Córdoba.

C.5.-RECURSOS METODOLÓGICOS

a) ¿Cómo se estudian las representaciones sociales? Marco metodológico

La metodología de recolección de datos de las Representaciones Sociales sobre doping y prevención es un aspecto clave para determinar el valor de este estudio sobre representación. No es discutible que la elección de la metodología (tanto de recolección como de análisis) está (o debería estar) en estrecha vinculación con los supuestos epistemológicos y ontológicos que sustentan la investigación —y de los investigadores.

Las técnicas de investigación cualitativas de recolección seleccionadas fueron: interrogativas como la entrevista y la encuesta y la asociación libre.

En el estudio de las Representaciones Sociales se privilegia el análisis de los discursos y, por lo tanto, la entrevista semi-abierta junto con el cuestionario-encuesta son las técnicas que se utilizaron.

Otra técnica empleada fue la asociación libre, la que a partir de un término inductor las personas encuestadas producen un conjunto de términos.

b).-Metodología: Campo de estudio

La opción metodológica, para este estudio, facilitó un mayor grado de conocimiento de la temática y enriqueció la información, elemento esencial para lograr una mayor comprensión del fenómeno del doping y su prevención en deportistas y en las personas que se relacionan con el mismo (entrenadores, médicos, etc.) en virtud de su complejidad.

En virtud de lo anterior, este estudio fue de carácter cuanti-cualitativo, que desde una perspectiva fenomenológica y holística, incorporó lo que los participantes dicen, sus conocimientos, sus experiencias, actitudes, opiniones, creencias, pensamientos y reflexiones, tal y como estas son expresadas por ellos mismos, en la encuesta o entrevista.

Cabe mencionar que, este estudio corresponde a un nivel descriptivo, en tanto que pretendió indagar en torno a las Representaciones Sociales atribuidas al doping y su abordaje preventivo por los deportistas de la provincia de Córdoba que practican diversas disciplinas deportivas y en las personas que se relacionan con ellos (entrenadores, preparadores físicos, médicos, periodistas, etc.).

En vista que las Representaciones Sociales no aparecen en el vacío, ni nacen por generación espontánea, sino que se generan en un contexto de interacción y se reproducen a través del discurso, por tanto el énfasis estuvo puesto en "*los discursos y/o escritos*", en el contexto que se producían y eran reproducidas por los deportistas, en los sentidos y que subyacen a la conducta en la vida cotidiana y a los significados en el plano discursivo.

Dado lo anterior, se hizo necesario utilizar una técnica que facilitó la producción de un discurso en un contexto y que permitió la emergencia de las Representaciones Sociales, es así, como se optó por la utilización de encuestas individuales, y la entrevista individual, donde la información obtenida fue sometida a un análisis de contenido por categorías, para luego efectuar el análisis estadístico.

Esta técnica proporcionó la ventaja de acceder a un análisis de similitud y diferencias y además dio pie a una aproximación cuantitativa que permitió comparar en grupos diferentes (deportistas y personas relacionadas con ellos) la importancia relativa a ciertos elementos de las representaciones.

Desde la evidencia de la organización de las representaciones favoreció la verificación de la validación del núcleo central, lo cual se logra a partir de una lista de elementos constitutivos de las mismas que conforman la matriz representacional del doping y su prevención.

c).- Delimitación del Campo de Estudio

El Universo

Este estudio comprende dos sub-universos: uno los deportistas federados y no federados y el otro los médicos, preparadores físicos, profesores de Educación Física, entrenadores, dirigentes, periodistas deportivos de la Provincia de Córdoba.

En estricto rigor, nuestro universo correspondió:

1° todos los deportistas federados o no federados de los distintos deportes que se practican en la Provincia de Córdoba. Se calcula una población aproximadamente de 82443 deportistas federados y

2° la población de 2600 entre profesores, médicos, entrenadores y preparadores físicos.

La Muestra

En virtud de la opción metodológica para este estudio, la muestra en cada sub-universo fue representativa y probabilística, estratificada al azar, la que estuvo determinada por todos los participantes, y respondió a criterios preestablecido derivados de los objetivos de la investigación, ya que se logró representar la diversidad de opiniones y representaciones contenidas en el universo.

Por lo tanto, la primera muestra quedó constituida por los deportistas, federados y no federados y la segunda por profesores, entrenadores, médicos, preparadores físicos, periodistas deportivos, etc.

Criterios de Selección

1°.-Lugar de la Investigación:

➤ Provincia de Córdoba:

Principales ciudades cabecera de los Departamentos de la Provincia.

➤ Áreas deportivas:

a) Clubes, Dirección de Deportes Universidad, Gimnasios, Organizaciones barriales.

b) Instituto de Educación Física (IPEF), Escuelas Secundarias,

2°.- Sujetos de la investigación:

b. Deportistas: Federados y no federados.

c. Personas relacionadas con los Deportistas: médicos, entrenadores, preparadores físicos, profesores, periodistas, dirigentes, psicólogos deportivos.

Condiciones:

- Que practiquen cualquier deporte.
- Que concurren a las instituciones mencionadas
- Federados y no federados, y profesionales relacionados con los deportistas.

d).- Métodos y Técnicas de Recopilación de Datos

Como hemos expuesto anteriormente, formulamos una investigación cuantitativa, con la participación individual, anónima y voluntaria de deportistas.

La investigación consta de dos niveles de estudio:

➤ **Percepciones, representaciones y conocimientos en deportistas**, en el cual delimitamos dos instancias:

1°.-Aplicación de una encuesta no estructurada, a un grupo limitado de deportistas. Entendemos, que los textos y las respuestas que producen los discursos individuales reproducen las prácticas discursivas colectivas de diversos tipos sociales, culturales, políticas, psicológicas y otras, por tanto, el trabajo posibilita el poner en escena estos discursos, respuestas y opiniones necesarios en este estudio. Con los datos logrados, mediante el **análisis cualitativo** se construyó un sistema de categorías que permitió revelar aspectos de las representaciones, a partir del análisis de las respuestas.

Con estas categorías se elaboró una encuesta estructurada.

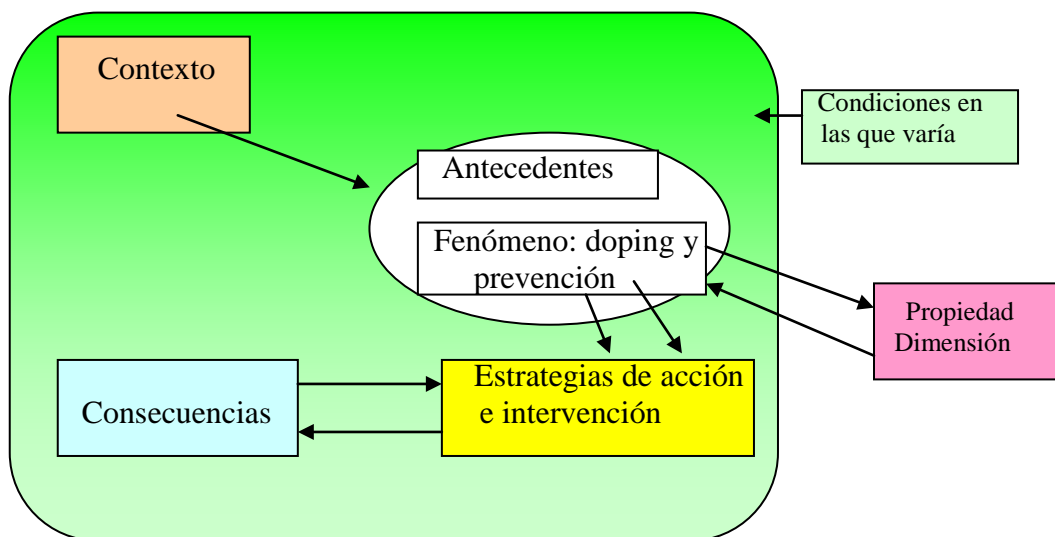
2°.-Aplicación de una encuesta estructurada, a una muestra seleccionada de la población de deportistas federados y no federados de la Provincia de Córdoba. Luego se analizaron los datos logrados mediante el **análisis cuantitativo**.

➤ **Abordaje doping y prevención en preparadores físicos, médicos, profesores, entrenadores**

- Aplicación de entrevistas semi-estructuradas individuales, anónimas y voluntarias;
- A partir del análisis de contenido, se determinaron unidades de análisis y se realizó la categorización de los elementos logrados en los discursos.
- Efectuada la categorización se tabularon los datos y se efectuó un análisis cuantitativo.
- Desde el análisis de los datos fue posible visualizar aspectos factibles de abordar en distintas propuestas y planes de entrenamientos y metodológicos relacionados con la Educación Antidoping.

El procedimiento para ambas instancias, por último, sugiere el trazado de esquemas o gráficos para facilitar no solo la descripción, sino también la explicación de los elementos que se relacionan alrededor del fenómeno que es objeto de estudio: el doping y prevención. En el plano de la teoría de las Representaciones Sociales dichos esquemas cumplen la función de visualizar los componentes que se organizan y jerarquizan alrededor del núcleo central de la representación social del doping.

Fig. N° 1: Componentes organizados y jerarquizados en la Representación Social



El esquema visualiza la reconstrucción de la estructura interna de las Representaciones Sociales del doping y su prevención, a través de un análisis descriptivo y relacional.

3º.- Construcción de los instrumentos

Dado que, para el primer nivel de investigación, el instrumento utilizado tuvo como finalidad los grupos representacionales mencionados, para los cuales se han definido dimensiones y núcleos temáticos a partir de los objetivos, los que fueron de vital importancia tanto en la construcción de la pauta para la encuesta, como para el posterior análisis de los datos logrados.

Cuadro N°1: Núcleos temáticos y dimensiones del dopaje

OBJETIVOS	NUCLEOS TEMÁTICOS	DIMENSIONES	PAUTA ENCUESTA
Identificar los contenidos de las representaciones sociales, de los deportistas en relación al doping	Contenidos representacionales	Nociones generales asociados al doping.	¿Qué es para ustedes El doping? ¿Qué es lo primero que se les viene a la mente al hablar sobre el consumo de drogas en el deporte? ¿Por qué crees que los deportistas consumen drogas?
Conocer el componente actitudinal, ligado a la representación social.	Actitudes asociados al consumo de drogas en el deporte	Contenidos asociados al grupo deportistas carácter valórico ligado a la representación	¿Qué deportista o áreas del deporte consumen más drogas? ¿Cuál es tu opinión respecto al doping?
Caracterizar los contextos particulares o circunstancias donde los deportistas suponen que asumirían las conductas de abstención o consumo de drogas. Identificar diferencias en las opiniones y creencias en torno al doping, entre deportistas pertenecientes a distintos tipos de deportes.	Contextos de consumo y circunstancias Influencia de la acción preventiva de los responsables de la formación del deportista en la producción de discurso	<ul style="list-style-type: none"> contextos asociados al consumo contextos asociados a la abstinencia imagen de los deportistas respecto a la problemática del doping y prevención. imagen de los deportistas respecto a los entrenadores, profesores, preparadores físicos, médicos deportólogos, etc. 	En qué momentos o lugares se consumen drogas en el deporte? ¿Cómo deportista, en qué circunstancias crees que consumirías o no consumirías drogas? En la federación, lugar donde practicas tu deporte, Tratan el tema del doping¿ ¿quién habla sobre el dopaje y el deporte? ¿Qué dicen respecto a las drogas y su consumo? ¿Cómo te sientes con lo que dicen? ¿Qué conversan respecto al tema que tu no compartes?
	Conocimientos		¿Qué sabes sobre el doping? ¿Qué tipo de drogas y técnicas se utilizan? ¿Cómo obtuvisteis conocimientos sobre el doping y su prevención?

Para el **segundo nivel de investigación** el instrumento utilizado versó sobre los conocimientos y acciones de entrenadores, dirigentes, médicos, etc., lo cual fue fundamental para la construcción de una propuesta coherente para la Educación Antidoping.

➤ **Aplicación del Instrumento**

Para el primer nivel de investigación:

1º Fase: Se aplicó una encuesta no estructurada a un grupo de 65 deportistas. Se evaluaron las respuestas y luego se procedió a la categorización de cada uno de los ítems. Con los datos logrados se construyó una encuesta estructurada, con dos ítems abiertos.

2º Fase: Aplicación de los instrumentos a la muestra de la población seleccionada: 1548 deportistas de la Provincia de Córdoba.

Para elegir a los deportistas se solicitó a los profesores, entrenadores e instructores de cada área deportiva, que permitieran la aplicación de la encuesta, a quienes se les explicó los objetivos de la investigación y el papel de la misma, siendo invitados a participar, a lo que accedieron voluntariamente.

La aplicación de los instrumentos duró treinta minutos, luego de una breve introducción y explicación de la actividad, donde los deportistas no mencionaron sus nombres en la encuesta de este modo se resguardó la identidad de los participantes.

Para el segundo nivel de investigación:

Se realizará una entrevista con aplicación de un instrumento semi-estructurado, a las personas que se relacionan con los deportistas (médicos, dirigentes, preparadores físicos, profesores, periodistas, entrenadores, etc.)

Luego de una breve introducción y explicación de la finalidad de la investigación se solicitó la aprobación para acceder a la entrevista, con carácter confidencial. También se informó que no se mencionará su nombre ni sus respuestas, para así resguardar la identidad del participante.

➤ **Técnica de análisis**

Así como, la metodología cualitativa, descansa sobre el supuesto de que la realidad social es dinámica, cambiante y que es el resultado de la construcción de los sujetos que participan de ella, el análisis de datos cuanti-cualitativos se enmarcó dentro del mismo supuesto, por lo tanto se recurrió a las técnicas estadísticas, pero se procedió

con mayor énfasis, a través de una serie de manipulaciones y operaciones sobre estos datos, preservando su expresión textual.

Los datos cualitativos, extraídos de las primeras encuestas, en esta investigación, fueron sometidos a una serie de procedimientos que corresponden al análisis por categorías de discurso, teniendo como base las dimensiones de la comprensión: categorización. Según Javier Gil, este procedimiento consta de una serie de fases, las que nombramos a continuación:

- El proceso se inició con la lectura de los ítems completos, en repetidas ocasiones, a fin de tener una visión adecuada del conjunto.
- Categorización, consistió en agrupar fragmentos o datos relevantes de los discursos, se preestablecieron categorías según las dimensiones de comprensión o datos que pudieron emerger, con lo cual se elaboró la encuesta estructurada.
- Con los datos de las encuestas estructuras se analizaron la frecuencia, se confeccionaron cuadros y figuras para luego someterlas al análisis. Mediante comparaciones fueron extraídas las conclusiones tentativas, nacida de la comparación de la información entre los grupos federados y no federados de los distintos deportes y la de los entrevistados, fue necesaria la búsqueda de relaciones entre elementos para identificar tendencias o modelos, en este caso, representaciones comunes y diferentes entre ambos grupos..

D.-RELEVANCIA DE LA INVESTIGACIÓN PARA LA PREVENCIÓN DEL DOPAJE

Este trabajo tiene gran importancia, pues no existen en nuestra Provincia de Córdoba, orientaciones concretas y fundamentadas para la Educación Antidoping destinados a las clases de entrenamiento en las entidades deportivas, en gimnasios, ni tampoco conocimientos que expliciten la realidad de la problemática del doping, ni análisis de las representaciones y conocimientos de los deportistas. De ahí su novedad y su principal aporte al proceso social- entrenador-profesor- deportivo-educativo. Al mismo tiempo es un tema muy actual y su aplicación es vital e imprescindible porque se debe educar a los atletas en el sentido de que practiquen un deporte sano y honesto, y para ello es necesario partir del conocimiento de sus percepciones sociales y sus conocimientos sobre el doping y la prevención.

Investigar en torno a la búsqueda de alternativas educativas para la Educación Antidoping desde las clases de entrenamiento, gimnasio, etc. se presenta como una necesidad inmediata, aspecto que hoy en día se encuentra muy descuidado, el preventivo, es necesario implementar medidas que apunten no solo a superar un problema, sino que además tenga en consideración las conductas de los deportistas y atletas, que aún no han acudido a una actitud de dopaje.

La investigación de este problema enriquece la propia didáctica del deporte, posibilita meditar con seriedad sobre la estructuración científica de la preparación del deportista, considerando todos sus eslabones. Además facilita la planificación y organización del proceso educativo-preventivo que fluye dentro del entrenamiento, para poder tener un mayor control sobre el atleta.

La novedad y científicidad de este problema se fundamenta en que se puede realizar un tratamiento diferenciado a cada componente de la preparación del deportista, a partir de los Lineamientos, tanto en la asimilación de las acciones técnicas como en el desarrollo de la condición física.

Los Lineamientos resultan novedosos y actuales pues crean la base para desarrollar la Educación Antidoping desde el interior de la clase de entrenamiento, gimnasio, etc. donde el entrenador o profesor puede poner a prueba su maestría pedagógica, establecer coordinaciones y retroalimentarse de lo que sucede, por lo que sus propiedades y cualidades formativas emergen.

Los Lineamientos fortalecen la socialización del atleta, pues estos van a asimilar su sistema de conocimientos, normas y valores que le permiten actuar libremente en la sociedad e irse transformando así mismo y a quienes lo rodean.

Este estudio abre el camino para nuevos proyectos investigativos relativos al tema y apunta hacia el perfeccionamiento de nuestro sistema de enseñanza deportiva, también se proyecta a fomentar determinados códigos que legitimen el rol de un atleta comprometido con el proyecto social que se construye.

La fundamentación y los datos mencionados anteriormente reafirman la relevancia y la necesidad de instrumentar una alternativa educativa para la Educación Antidoping desde las clases de entrenamiento en las instituciones deportivas y en la comunidad de nuestra provincia, como eslabón principal para el desarrollo exitoso de esta actividad.

Como dato relevante de esta investigación, es que los participantes agradecieron la

posibilidad de participar y mencionaron que era la primera vez que se trata el tema del doping en su realidad deportiva. Por ejemplo:

“Gracias a Ustedes por “OCUPARSE” del Deporte”. (P.1, Profesor Educación Física)

“Les agradezco haberme hecho participe de esta encuesta, ya que esto es una ayuda para educar a los jóvenes deportistas y que vean que bello es el deporte practicado sin ninguna droga mas que la droga del amor por el deporte que practicas” (E.526, deportista, Rugby)

“Me parece muy buena la encuesta, ayuda a habrir la mente y sirve para darte cuenta de que las drogas afectan al cuerpo” (E. 676, deportista, fútbol)

El grupo de investigadores sostiene que sólo fue un momento de intercambio donde los aportes fue de entrevistados y encuestados y quienes deben recibir nuestro agradecimiento son ellos. Esto se origina porque son muy reducidos los momentos e que se aborda el tema del doping.

CAPÍTULO I

I.- EL OBJETO A ESTUDIAR: CONCEPCIONES Y REPRESENTACIONES SOCIALES

“Las representaciones sociales son forma de conocimiento que cotidianamente utilizan los sujetos para explicar y dominar su entorno, es el saber de sentido común, que una vez comunicado, consensuado, se convierte en una forma de pensamiento social. Entonces, las representaciones sociales del doping y su prevención resultan apropiados para interpretar, para descubrir la forma en que el “doping y prevención” se-representa en el mundo deportivo” (Elsa Corbella, 2010)

1.1- INTRODUCCIÓN:

PERCEPCIONES SOCIALES Y REPRESENTACIONES SOCIALES: CONCEPTUALIZACIÓN

Tradicionalmente se ha definido a la percepción como el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización. Sin embargo, hay sensaciones que también llegan a la mente y son procesadas en forma inconsciente.

En el proceso de la percepción se ponen en juego referentes ideológicos y culturales que reproducen y explican la realidad y que son aplicados a las distintas experiencias cotidianas para ordenarlas y transformarlas.

Cabe resaltar aquí a uno de los elementos importantes que definen a la percepción, el *reconocimiento* de las experiencias cotidianas. El reconocimiento es un proceso importante involucrado en la percepción, porque permite evocar experiencias y conocimientos previamente adquiridos a lo largo de la vida con los cuales se comparan las nuevas experiencias, lo que permite identificarlas y aprehenderlas para interactuar con el entorno. De esta forma, a través del reconocimiento de las características de los objetos se construyen y reproducen modelos culturales e ideológicos que permiten explicar la realidad con una cierta lógica de entre varias posibles, que se aprende desde la infancia y que depende de la construcción colectiva y del plano de significación en que se obtiene la experiencia y de donde ésta llega a cobrar sentido.

De acuerdo con los referentes del acervo cultural lo percibido es identificado y seleccionado, sea novedoso o no, adecuándolo a los referentes que dan sentido a la vivencia, haciéndola comprensible de forma que permita la adaptación y el manejo del entorno. Al respecto, Merleau-Ponty (1985) ha señalado que la percepción no es un añadido de eventos a experiencias pasadas sino una constante construcción de significados en el espacio y en el tiempo.

Desde un punto de vista antropológico, la percepción es entendida como la forma de conducta que comprende el proceso de selección y elaboración simbólica de la experiencia sensible, que tienen como límites las capacidades biológicas humanas y el desarrollo de la cualidad innata del hombre para la producción de símbolos. A través de la vivencia la percepción atribuye características cualitativas a los objetos o circunstancias del entorno mediante referentes que se elaboran desde sistemas culturales e ideológicos específicos construidos y reconstruidos por el grupo social, lo cual permite generar evidencias sobre la realidad. (Vargas M., 1995).

En tanto que la ideología, según Aguado y Portal (1992), consiste en **representaciones** que organizan las prácticas sociales de manera parcial, dependiendo del desarrollo histórico-cultural del grupo social, está mediada por las relaciones de poder y fundamentada en *evidencias*, siendo éstas

... un presupuesto básico, empírico y funcional, no necesariamente falso, que establece las mediaciones sociales entre los individuos, entre éstos y los grupos sociales y entre los grupos sociales entre sí, en un contexto determinado. (Aguado y Portal, 1992: 63)

Añaden que las evidencias se construyen cultural e ideológicamente y posibilitan la acción porque organizan y dan sentido a las experiencias inmediatas al estructurar cultural y socialmente la vida cotidiana.

La evidencia constituye

... una unidad inseparable entre lo somático y lo cultural, ya que si bien se nutre de la experiencia inmediata, la transforma en una representación cultural funcional a los individuos de dicha cultura ya que es útil para la acción sin ser explicativa del fenómeno. Esto le permite al individuo entrar en contacto desde su nacimiento con las diversas modalidades de su

cultura, de tal forma que éstas se vuelven parte de sí, de su experiencia corporal y, por lo tanto, difícilmente cuestionables. Todas las evidencias se construyen culturalmente, mediando las percepciones más groseramente biológicas. (Aguado y Portal, 1992: 64)

En la cotidianidad se suele pensar que lo percibido corresponde exactamente con los objetos o eventos de la realidad y pocas veces se piensa que las cosas de la evidencia, raras veces cuestionada, de que lo percibido del entorno es el entorno mismo y ni siquiera se piensa que las percepciones sean sólo una representación parcial de dicho entorno, pues lo que se presenta como evidente sólo lo es dentro de un cierto contexto físico, cultural e ideológico. En este sentido, la percepción es simultáneamente fuente y producto de las evidencias, pues las experiencias perceptuales proporcionan la vivencia para la construcción de las evidencias o representaciones; al mismo tiempo, son confrontadas con el aprendizaje social donde los modelos ideológicos tienen un papel importante en la construcción de elementos interpretativos que se conciben como la constatación de la realidad del ambiente.

Las percepciones sociales se construyen mediante: representaciones y valores conocimientos y creencias, experiencia individual, experiencia compartida, hábitos adquiridos, comportamientos aprendidos y actitudes.

La percepción y Representaciones Sociales aluden a la categorización de personas u objetos. Sin embargo los estudios de percepción social se centran en los mecanismos de respuestas sociales y de procesamiento de la información, motivo por lo cual ponemos mayor énfasis en Representaciones Sociales porque accedemos a los modos de conocimiento y a los procesos simbólicos en su relación con la visión de mundo y la actuación social de los seres humanos. (Gilly cfr. Banchs, 1986:60).

1.2.- REPRESENTACIONES SOCIALES

Serge Moscovici propuso el concepto de Representación Social en 1961. Desde entonces, se ha pasado de la elaboración del concepto a un desarrollo de la teoría que ha perneado las ciencias sociales porque constituye una nueva unidad de enfoque que unifica e integra lo individual y lo colectivo, lo simbólico y lo social; el pensamiento y la acción.

La teoría de las Representaciones Sociales es una valiosa herramienta dentro y fuera del ámbito de la psicología social porque ofrece un marco explicativo acerca de los comportamientos de las personas estudiadas que no se circunscribe a las circunstancias particulares de la interacción, sino que trasciende al marco cultural y a las estructuras sociales más amplias como, por ejemplo, las estructuras de poder y de subordinación.

La mayor parte de las investigaciones sobre representación social son producciones europeas. En América Latina son México, Argentina, Brasil y Venezuela los países con mayor producción en este campo. Este trabajo de investigación tiene como propósito ofrecer un análisis de los conocimientos y representaciones sociales sobre el doping, por lo tanto, sintetiza los principales aportes teóricos y metodológicos que hasta la actualidad se han desarrollado en Argentina.

Cuando las personas hacen referencia a los objetos sociales, los clasifican, los explican y, además, los evalúan, es porque tienen una representación social de ese objeto.

Esto significa, como bien lo señala Jodelet (1984), que representar es hacer un equivalente, pero no en el sentido de una equivalencia fotográfica sino que, un objeto se representa cuando está mediado por una figura. Y es solo en esta condición que emerge la representación y el contenido correspondiente.

Las personas conocen la realidad que les circunda mediante explicaciones que extraen de los procesos de comunicación y del pensamiento social. Las Representaciones Sociales (R S) sintetizan dichas explicaciones y en consecuencia, hacen referencia a un tipo específico de conocimiento que juega un papel crucial sobre cómo la gente piensa y organiza su vida cotidiana: el conocimiento del sentido común.

El sentido común es, en principio, una forma de percibir, razonar y actuar (Reid, 1998). El conocimiento del sentido común es conocimiento social porque está *socialmente elaborado*. Incluye contenidos cognitivos, afectivos y simbólicos que tienen una función no solo en ciertas orientaciones de las conductas de las personas en su vida cotidiana, sino también en las formas de organización y comunicación que poseen tanto en sus relaciones interindividuales como entre los grupos sociales en que se desarrollan.

Las Representaciones Sociales, en definitiva, constituyen sistemas cognitivos en los que es posible reconocer la presencia de estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que suelen tener una orientación actitudinal positiva o negativa. Se constituyen, a su vez, como sistemas de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de las prácticas, que definen la llamada conciencia colectiva, la cual se rige con fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades de la forma en que las mujeres y los hombres actúan en el mundo.

1.2.1 ¿Qué son las representaciones sociales?

Creemos que es fundamental, recuperar un trabajo nodal en la teoría de las Representaciones Sociales, es el de Denise Jodelet, porque es uno de los intentos teóricos, quizás el más logrado que busca definir y precisar este concepto:

“En tanto que fenómenos, las representaciones sociales se presentan bajo formas variadas, más o menos complejas. Imágenes que condensan un conjunto de significados, sistemas de referencias que nos permiten interpretar lo que nos sucede e incluso, dar sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y los individuos con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos.” (Jodelet, 1999; 474)

Para esta autora, las Representaciones Sociales llegan a convertirse en categorías del sentido común, instrumento para comprender al otro, para saber cómo conducirse frente a él, e incluso, para asignarle un lugar en la sociedad. Son una manera de pensar y de interpretar nuestra realidad cotidiana, una forma de conocimiento social. Esta noción nos ubica en el punto donde se interceptan lo psicológico y lo social, instituyéndose como un conocimiento socialmente elaborado y compartido ya que se constituye a partir de experiencias propias, concierne a la manera en como los sujetos sociales, aprehendemos los acontecimientos de la vida cotidiana y de las informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que se transmiten a través de la tradición, la educación y la comunicación.

Lo social interviene a través del contexto concreto en que se sitúan los individuos y los grupos; de la comunicación que se establece entre ellos, de los marcos de

aprehensión que proporciona su bagaje cultural, de los valores e ideologías relacionadas con las posiciones que los sujetos ocupan en la trama social.

Cabe señalar, entonces, la importancia que se le otorga a las representaciones en tanto que tiene lugar, un proceso de elaboración cognitiva y simbólica que orienta el comportamiento, relacionando lo simbólico con la conducta.

Desde las teorías de las representaciones sociales se aborda cómo se construye una forma de conocimiento específico, el saber del sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, se analiza cómo esta forma de pensamiento social, caracteriza a los distintos grupos sociales. Esta modalidad de pensamiento práctico está orientada hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal, y permite reconocer cómo éstos presentan características específicas a nivel de la organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica.

La caracterización social de los contenidos o de los procesos de la representación ha de referirse a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones, a las comunicaciones mediante las que circulan y a las funciones a las que sirven dentro de la interacción con el mundo y los demás. Es aquí, donde se aproxima y completa con los aportes de Pierre Bourdieu, desde la concepción de las representaciones sociales como parte de un habitus.

1.2.2. ¿Por qué estudiar las Representaciones Sociales?

Creemos fundamental y necesario partir de ejemplos para luego acceder al fundamento o razones del estudio de las Representaciones Sociales.

¿Por qué los deportistas usan drogas o técnicas para mejorar su rendimiento, a pesar de las evidencias de carácter preventivo relacionados con la salud? ¿Por qué algunos deportistas no usan el doping, por el carácter preventivo del mismo? ¿Por qué los deportistas, víctimas de presiones de familiares o preparadores físicos, esperan — algunos, dolorosamente, — la conversión del “juego limpio” del agresor? ¿Cuál es la representación social de “lealtad”, “cuerpo”, “doping” o “salud” que está acompañando a estas prácticas?

Emprender estudios acerca de la representación de un objeto social —DOPAJE; relaciones entre mujeres y hombres, por ejemplo— permite reconocer los modos y procesos de constitución del pensamiento social, por medio del cual las personas construyen y son construidas por la realidad social. Pero además, nos aproxima a la “visión de mundo” que las personas o grupos tienen, pues el conocimiento del sentido común es el que la gente utiliza para actuar o tomar posición ante los distintos objetos sociales.

El abordaje de las Representaciones Sociales posibilita, por tanto, entender la dinámica de las interacciones sociales y aclarar los determinantes de las prácticas sociales, pues la representación, el discurso y la práctica se generan mutuamente (Abric, 1994).

De lo anterior se deriva la importancia de conocer, desentrañar y cuestionar el núcleo figurativo de una Representación Social alrededor del cual se articulan creencias ideologizadas, pues ello constituye un paso significativo para la modificación de una representación y por ende de una práctica social. (Banchs, 1991).

1.2.3. Los alcances conceptuales

“Representación Social” es un término que encontramos actualmente en diversas investigaciones dentro del campo de las Ciencias Sociales. Hasta el momento ni en la primera obra de Moscovici se evidencia una definición acabada sobre este fenómeno. Al respecto el propio Moscovici expresó: “... *si bien es fácil captar la realidad de las representaciones sociales, no es nada fácil captar el concepto...*” (Moscovici, 1976, referido por Perera, M., 1999, p. 7). Ello nos apunta a indagar en la complejidad del concepto que nos convoca.

En 1961, tras diez años de investigaciones empíricas y de elaboraciones teóricas, Serge Moscovici publicó su tesis doctoral “La psychanalyse, son image et son public”. Aunque el psicoanálisis era el principio organizador de la obra, el contenido de la misma no se dirigía a la comprensión del psicoanálisis, sino al entendimiento de la naturaleza del pensamiento social.

En su trabajo teórico, Moscovici introduce la noción de Representación Social y aunque sus planteamientos iniciales intuían la relevancia de las nociones derivadas de las teorías constructivistas, es en la obra rubricada en 1976 (traducida al castellano

en 1979) cuando introduce las aportaciones teóricas de los estudios de Berger y Luckmann (1967).

Moscovici estudió cómo las personas construyen y son construidas por la realidad social y a partir de sus elaboraciones propuso una teoría cuyo objeto de estudio es el conocimiento del sentido común enfocado desde una doble vía: desde su producción en el plano social e intelectual y como forma de construcción social de la realidad (Banchs, 1988).

En este sentido la noción de realidad social y su proceso de construcción es un elemento clave para la comprensión de esta teoría.

1.3. CONCEPTUALIZANDO LAS REPRESENTACIONES SOCIALES

Son múltiples los conceptos que tratan de definir las Representaciones Sociales. Ello ocurre porque las Representaciones Sociales son fáciles de captar, pero su definición conceptual no comporta la misma facilidad debido a la complejidad de los fenómenos de los que da cuenta.

Por lo anterior se despliegan a continuación diversas propuestas que pretenden evidenciar y, a la vez, aclarar la complejidad del concepto.

Moscovici (1979) define las R S como:

(...) una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos... La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación
(Moscovici, 1979:17-18).

Jodelet (1984), indica que el campo de representación designa al saber de sentido común, cuyos contenidos hacen manifiesta la operación de ciertos procesos generativos y funcionales con carácter social. Por lo tanto, se hace alusión a una forma de pensamiento social:

(las representaciones sociales son)... la manera en que nosotros sujetos sociales, aprehendemos los acontecimientos de la vida

*diaria, las características de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas de nuestro entorno próximo o lejano. En pocas palabras el conocimiento “espontáneo”, ingenuo (...) que habitualmente se denomina conocimiento de sentido común o bien pensamiento natural por oposición al pensamiento científico. Este conocimiento se constituye a partir de nuestras experiencias, pero también de las informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social. De este modo, ese conocimiento es en muchos aspectos un **conocimiento socialmente elaborado y compartido**. Bajo sus múltiples aspectos intenta dominar esencialmente nuestro entorno, comprender y explicar los hechos e ideas que pueblan nuestro universo de vida o que surgen en él, actuar sobre y con otras personas, situarnos respecto a ellas, responder a las preguntas que nos plantea el mundo, saber lo que significan los descubrimientos de la ciencia y el devenir histórico para la conducta de nuestra vida, etc. [el resaltado en el original] (Jodelet, 1984:473).*

Por su parte, Robert Farr ofrece su versión de la noción de Representaciones Sociales señalando que, desde una perspectiva esquemática, aparecen las representaciones sociales cuando los individuos debaten temas de interés mutuo o cuando existe el eco de los acontecimientos seleccionados como significativos o dignos de interés por quienes tienen el control de los medios de comunicación. Agrega además que las representaciones sociales tienen una doble función: “Hacer que lo extraño resulte familiar y lo invisible perceptible”, ya que lo insólito o lo desconocido son amenazantes cuando no se tiene una categoría para clasificarlos. Parafraseando a Moscovici, Farr señala que las Representaciones Sociales son:

Sistemas cognoscitivos con una lógica y un lenguaje propios. No representan simplemente “opiniones acerca de”, “imágenes de”, o “actitudes hacia” sino “teorías o ramas del conocimiento” con derechos propios para el descubrimiento y la organización de la realidad. Sistemas de valores, ideas y

prácticas con una función doble: primero, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social y dominarlo; segundo, posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad proporcionándoles un código para el intercambio social y un código para nombrar y clasificar sin ambigüedades los diversos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal (Farr, 1984: 496).

María Auxiliadora Banchs las define como:

La forma de conocimiento del sentido común propio a las sociedades modernas bombardeadas constantemente de información a través de los medios de comunicación de masas (...) en sus contenidos encontramos sin dificultad la expresión de valores, actitudes, creencias y opiniones, cuya sustancia es regulada por las normas sociales de cada colectividad. Al abordarlas tal cual ellas se manifiestan en el discurso espontáneo, nos resultan de gran utilidad para comprender los significados, los símbolos y formas de interpretación que los seres humanos utilizan en el manejo de los objetos que pueblan su realidad inmediata (Banchs , 1986:39) .

Ivana Marková retoma en su definición la interdependencia entre lo individual y lo social, y explicita que:

La teoría de las representaciones sociales es fundamentalmente un teoría del conocimiento ingenuo. Busca describir cómo los individuos y los grupos construyen un mundo estable y predecible partiendo de una serie de fenómenos diversos y estudia cómo a partir de ahí los sujetos “van más allá” de la información dada y qué lógica utilizan en tales tareas . . .

Son parte de un entorno social simbólico en el que viven las personas. Al mismo tiempo ese entorno se re - construye a través de las actividades de los individuos, sobre todo por medio del lenguaje... Estos dos componentes de las representaciones sociales, lo social y lo individual, son mutuamente interdependientes. Además estos dos elementos son rasgos

fundamentales de todos los fenómenos socioculturales institucionalizados, como por ejemplo los idiomas, los paradigmas científicos o las tradiciones.

*Si no fuese por las actividades llevadas a cabo por los individuos, el entorno social simbólico no pertenecería a nadie y por consiguiente no existiría **como tal** [el resaltado es del original] (Marková, 1996: 163).*

Es posible encontrar otras exposiciones acerca de lo que son las Representaciones Sociales en autores como Di Giacomo (1987) quien resalta su papel práctico en la regulación de los comportamientos intra e intergrupales; y Páez et al (1987) quienes indican que las mismas se refieren a:

Las estructuras cognitivo-afectivas que sirven para procesar la información del mundo social, así como para planificar las conductas sociales.

Si bien todo conocimiento es social, al ser una resultante de la socialización, las representaciones sociales, en particular, son las cogniciones o esquemas cognitivos complejos generados por colectividades que permiten la comunicación y que sirven para orientar las interacciones (Páez, et al 1997:18).

Doise (cfr. Díaz, 1998) acentúa la conexión entre la Representación Social y los factores socioestructurales, tales como los estatus socialmente definidos. Este autor resalta, por lo tanto, la relación directa que mantienen las Representaciones Sociales con la ubicación social de las personas que las comparten. *Las representaciones sociales constituyen principios generativos de tomas de postura que están ligados a inserciones específicas en un conjunto de relaciones sociales y que organizan los procesos simbólicos implicados en esas relaciones (Doise, cfr. Díaz, 1998: 32).*

Como puede observarse, existen diferentes énfasis según sea la posición del autor o la autora. Sin embargo, todas las definiciones guardan en común su referencia a las funciones que cumplen las Representaciones Sociales. Es decir, su importancia para la comunicación, la interacción y la cohesión de los grupos sociales.

Es importante recordar, por último, la noción de construcción social de la realidad implicada en la conceptualización de las Representaciones Sociales. En este sentido, es significativa la definición proporcionada por Tomás Ibáñez (op.cit.).

*La representación social es, a la vez, **pensamiento constituido** y **pensamiento constituyente**. En tanto que pensamiento constituido, las representaciones sociales se transforman efectivamente en productos que intervienen en la vida social como estructuras preformadas a partir de las cuales se interpreta, por ejemplo, la realidad. Estos productos reflejan en su contenido sus propias condiciones de producción, y es así como nos informan sobre los rasgos de la sociedad en las que se han formado. En tanto que pensamiento constituyente, las representaciones no solo reflejan la realidad sino que intervienen en su elaboración... La representación social constituye en parte el objeto que representa. No es el reflejo interior, es decir, situado en la cabeza de los sujetos, de una realidad exterior, sino que es un factor **constitutivo** de la propia realidad... La representación social es un proceso de **construcción de la realidad** y debemos entender esta afirmación en un doble sentido: primero, en el sentido de que las representaciones sociales forman parte de la realidad social, contribuyen pues a configurarla y, como parte sustancial de la realidad, producen en ella una serie de efectos específicos. Segundo, en el sentido de que las representaciones sociales contribuyen a construir el objeto del cual son una representación. Es porque la representación social construye en parte su objeto por lo cual este objeto es, en parte, **realmente** tal y como aparece a través de su representación social [El resaltado es del original] (Ibáñez, 1988: 37).*

En resumen, las Representaciones Sociales son “filosofías” surgidas en el pensamiento social que tienen vida propia. Las personas, al nacer dentro de un entorno social simbólico lo dan por supuesto de manera semejante como lo hacen con su entorno natural y físico. Igual que las montañas y los mares, los lenguajes, las instituciones sociales y las tradiciones forman un panorama del mundo en que viven las personas, por tanto, ese entorno social simbólico existe para las personas como su

realidad ontológica, o como algo que tan solo se cuestiona bajo circunstancias concretas.

Sin embargo, las personas también son agentes. Tienen maneras específicas de comprender, comunicar y actuar sobre sus realidades ontológicas. Una vez que comprometen su pensamiento, las personas ya no reproducen su entorno social simbólico de manera habitual y automática sino que lo incorporan a su esquema cognitivo. En otras palabras, no solo reproducen sus realidades ontológicas sino que se comprometen en procesos epistemológicos y como resultado de ello cambian sus realidades ontológicas al actuar sobre ellas (Marková, op.cit.).

1.3.1 El alcance de lo social en las Representaciones Sociales

Según Moscovici (1979) para calificar de social a una representación es necesario poner el acento en la función, más que en el agente que la produce.

Así, lo social de una representación proviene de su contribución al proceso de formación de las conductas y de orientación de las comunicaciones sociales.

Las representaciones son sociales en la medida en que facilitan, a su vez, la producción de ciertos procesos claramente sociales. Las comunicaciones sociales, por ejemplo, serían difícilmente posibles si no se desarrollaran en el contexto de una serie, suficientemente amplia, de representaciones compartidas. En la medida en que crean una visión compartida de la realidad y un marco referencial común, las representaciones sociales posibilitan, entre otros muchos procesos sociales, el proceso de las conversaciones cotidianas. En este sentido, las conversaciones se pueden definir como el lugar donde las personas, provistas de unos esquemas interpretativos socialmente adquiridos, construyen y negocian el sentido de la interacción (Criado, 1991).

Lo colectivo impregna también un carácter social a las representaciones. Es decir, son sociales porque son compartidas por conjuntos más o menos amplios de personas. No obstante, no es porque cierta característica es compartida por diversas personas, grupos, o entidades de más amplio abasto, que una propiedad es social. Lo social es una propiedad que se imprime en determinados objetos con base en la naturaleza de la relación que se establece con ellos, y es precisamente la naturaleza de esa relación la que es definitoria de lo social. Veámoslo con un ejemplo: el agua

de los ríos, el agua bendita y el agua para beber. La segunda por la implicación simbólica que tiene para los y las actoras sociales, y la tercera por la relación vitalmente relevante que se establece con ella, pueden considerarse *objeto social*, mientras que el agua de los ríos —a excepción de que provoque un desastre social— puede considerarse como algo irrelevante y sin entidad social (Wagner y Elejabarrieta, 1998).

Lo social en las Representaciones Sociales no se polariza ni hacia lo micro ni hacia lo macro: existe una determinación social central (macro) y otra, social lateral (micro) de las representaciones (Moscovici, 1979). La primera se refiere a la cultura global de la sociedad en la que se insertan los grupos, los actores y las actoras sociales y la segunda al grupo en particular en el cual se insertan las personas.

Estas dos formas de determinación social no tienen un sentido unidireccional: las personas se constituyen y constituyen sus Representaciones Sociales y en forma paralela también constituyen un mundo social y construyen y reconstruyen permanentemente su propia realidad social y su propia identidad social.

Todos estamos insertos en una sociedad con una historia y un fondo de conocimientos culturales, pero todos estamos insertos en una parcela de esa sociedad. Es decir, en grupos que manejan una ideología y poseen normas, valores e intereses comunes que de alguna manera los distinguen como grupos de otros sectores sociales. A su vez, esos grupos están compuestos de individuos, hombres y mujeres que en el proceso de socialización primaria y secundaria van construyendo una historia impregnada de emociones, afectos, símbolos, reminiscencias personales, procesos motivacionales, pulsiones, contenidos conscientes e inconscientes, manifiestos y latentes (Banchs, 1991: 13).

El papel, por último, que desempeñan las representaciones en la configuración de los grupos sociales, y especialmente en la conformación de su identidad, las instituyen como fenómenos sociales. Si bien no se puede afirmar que un grupo es tal por el hecho de compartir determinadas representaciones sociales, sí es evidente que, en ocasiones, la denominada cultura grupal define intensamente al grupo y está

vinculada no sólo con una memoria y con un lenguaje compartido, sino también con representaciones comunes.

En resumen, las representaciones son sociales por:

- Las condiciones de producción en que emergen (medios de comunicación, interacción cara a cara, comunicación, lenguaje).
- Las condiciones de circulación de las Representaciones Sociales (intercambio de saberes y ubicación de las personas en grupos naturales y de los grupos sociales naturales en contextos sociales particulares dentro de una estructura social).
- Las funciones sociales: construcción social de la realidad en el intercambio social, desarrollo de una identidad personal y social, búsqueda de sentidos o construcción del conocimiento del sentido común.

1.3.2 Formación de las representaciones sociales

Las Representaciones Sociales se construyen a partir de una serie de materiales de muy diversas procedencias:

- *El fondo cultural acumulado en la sociedad a lo largo de su historia.* Constituido por las creencias ampliamente compartidas, los valores considerados como básicos y las referencias históricas y culturales que conforman la memoria colectiva y la identidad de la propia sociedad. Todo ello se materializa en las diversas instituciones sociales, por ejemplo en la lengua y en general en todos los objetos materiales. De acuerdo con Ibáñez (op.cit.), las fuentes de determinación de las Representaciones Sociales se encuentran en el conjunto de condiciones económicas, sociales e históricas que caracterizan a una sociedad determinada y en el sistema de creencias y de valores que circulan en su seno.
- *Los mecanismos de anclaje y objetivación.* Ambos son mecanismos que provienen de la propia dinámica de las representaciones sociales. El primero de ellos concierne a la forma en que los saberes y las ideas acerca de determinados objetos entran a formar parte de las Representaciones Sociales de dichos objetos mediante una serie de transformaciones específicas. El segundo da cuenta de cómo inciden las estructuras sociales sobre la formación de las representaciones sociales, y de cómo intervienen los esquemas ya constituidos en la elaboración de nuevas representaciones.

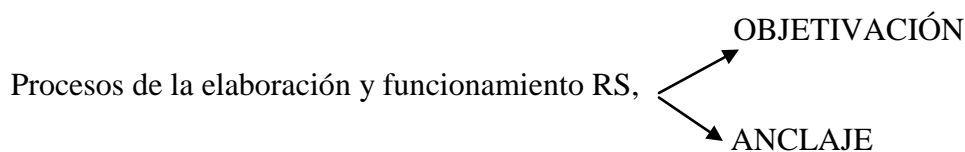
• *El conjunto de prácticas sociales* que se encuentran relacionadas con las diversas modalidades de la comunicación social. Es, en efecto, en los procesos de comunicación social donde se origina principalmente la construcción de las Representaciones Sociales. En este sentido, los medios de comunicación de masas tienen un peso preponderante para transmitir valores, conocimientos, creencias y modelos de conductas. Tanto los medios que tienen un alcance general, la televisión o los que se dirigen a categorías sociales específicas como las revistas de divulgación científica, por ejemplo, desempeñan un papel fundamental en la conformación de la visión de la realidad que tienen las personas sometidas a su influencia. La comunicación interpersonal y en particular la de las innumerables conversaciones en las que participa toda persona durante el transcurso de un día cualquiera de su vida cotidiana, es otra modalidad de la comunicación social cuya influencia es igualmente significativa.

Es importante recordar que la inserción social o la ubicación de las personas en la estructura social, no sólo intervienen para la exposición selectiva de distintos contenidos conversacionales, sino que ejerce también una influencia sobre el tipo de experiencia personal que se establece con relación al objeto de la representación. Esta experiencia, variable según las distintas ubicaciones sociales, condiciona la relación con el objeto así como la naturaleza del conocimiento que se alcanza sobre él.

Todos estos elementos contribuyen a la configuración de la representación social, entrelazando sus efectos con los que provienen de las comunicaciones sociales.

1.3.2.1. Definiendo objetivación y anclaje

Según Dense Jodelet, la objetivación y el anclaje corresponden a dos procesos que se refieren a la elaboración y al funcionamiento de una representación social, éstos muestran la interdependencia entre la actividad psicológica y sus condiciones sociales.



El proceso lo sintetizamos en:

- La objetivación: lo social en la representación.
- El anclaje: la representación en lo social.

a) **La objetivación: lo social en la representación:** Podría definirla como aquel proceso a través del cual llevamos aquellos conceptos que aparecen de manera abstracta a imágenes concretas que nos permiten comprender mejor lo que se quiere decir. Consiste en transferir algo que está en la mente en algo que existe en el mundo físico.

Darío Páez diría que “... *se trata del proceso mediante el cual se concreta, se materializa el conocimiento en objetos concretos. En esta fase se retienen selectivamente elementos, se organizan libremente y se estructura un modelo figurativo icónico simple.*” (Páez y col., 1987)

De esta forma, la objetivización puede definirse como una operación formadora de imagen y de estructurantes.

La representación permite intercambiar percepción y concepto. Al poner en imágenes las nociones abstractas, da una textura material a las ideas, hace corresponder cosas con palabras, da cuerpo a esquemas conceptuales. Procedimiento tanto más necesario en cuanto que, en el flujo de comunicaciones en que nos hallamos sumergidos, el conjunto demasiado abundante de nociones e ideas se polariza en estructuras materiales. Es decir, mediante este proceso se materializan un conjunto de significados, se establece la relación entre conceptos e imágenes, entre palabras y cosas. **"Objetivizar** es reabsorber un exceso de significados materializándolos" (Moscovici, 1976).

Así, la objetivización reconstruye el objeto entre lo que nos es familiar para poder controlarlo.

El amor, la lealtad, la amistad, la educación, son entre otras, muchas de las cosas de las que no se tiene una realidad concreta y, sin embargo, en forma consuetudinaria las personas las incluyen en sus comentarios de manera concreta y tangible. Esta concretización de lo abstracto se lleva a cabo por el proceso de *objetivación* por lo que dicho proceso es fundamental en el conocimiento social.

En la teoría de las representaciones sociales, el proceso de objetivación se refiere a la transformación de conceptos abstractos extraños en experiencias o materializaciones concretas. Por medio de él lo invisible se convierte en perceptible.

Este mecanismo se encuentra bajo la influencia de la inserción de los sujetos en la sociedad, y de sus condiciones sociales. Este proceso implica a su vez tres fases (Jodelet, 1984): la construcción selectiva, la esquematización estructurante y la naturalización.

- *La construcción selectiva*: Es aquel proceso a través del cual los diferentes grupos sociales y los sujetos que los integran se apropian, de una manera muy particular y específica, de las informaciones y los saberes sobre un objeto. Esta forma de preparación implica la retención de algunos elementos de la información y el rechazo de aquellos que no resulten significativos. Los elementos retenidos se someten a una transformación con el objetivo de que puedan encajar en las estructuras de pensamiento que ya están constituidas en el sujeto, es decir, estos nuevos elementos van a adaptarse a las estructuras formadas anteriormente.

Dicha selección se da junto a un proceso de descontextualización del discurso y se realiza en función de criterios culturales y normativos.

Se retiene solo aquello que concuerda con el sistema ambiente de valores. De ahí que las informaciones con igual contenido, sean procesadas diferencialmente por las personas, es decir, la retención selectiva de elementos que después son libremente organizados. Dicha selección se da junto a un proceso de descontextualización del discurso y se realiza en función de criterios culturales y normativos.

Se retiene solo aquello que concuerda con el sistema ambiente de valores. De ahí que las informaciones con igual contenido, sean procesadas diferencialmente por las personas.

- *El esquema figurativo*: el discurso se estructura y objetiviza en un esquema figurativo de pensamiento, sintético, condensado, simple, concreto, formado con imágenes vividas y claras, es decir, las ideas abstractas se convierten en formas icónicas.

Estas imágenes estructuradas es lo que Moscovici (1979, 1981, 1984 a, b) ha denominado *núcleo figurativo*, o sea, una imagen nuclear concentrada, con forma gráfica y coherente que captura la esencia del concepto, teoría o idea que se trate de objetivar. Esta simplificación en la imagen es lo que le permite a las personas conversar y también comprender de forma más sencilla las cosas, a los demás y a

ellas mismas y a través de su uso, en diferentes circunstancias, se convierte en un hecho natural.

Wagner y Elejabarrieta (op.cit.) ilustran el núcleo figurativo con la expresión bíblica: “*Y Dios creo al hombre a su imagen y semejanza*”. Esta expresión no es solo una explicación religiosa sobre el origen del hombre, sino también una forma que permite disponer de una imagen de Dios, materializar la entidad abstracta en una figura concreta. A ello, debo agregar que con dicha expresión el rostro femenino de Dios es de difícil representación para sus creyentes, quienes en esencia vinculan su representación con un hombre.

- *La naturalización*: la transformación de un concepto en una imagen pierde su carácter simbólico arbitrario y se convierte en una realidad con existencia autónoma. La distancia que separa lo representado del objeto desaparece de modo que las imágenes sustituyen la realidad. Lo que se percibe no son ya las informaciones sobre los objetos, sino la imagen que reemplaza y extiende de forma natural lo percibido. Sustituyendo conceptos abstractos por imágenes, se reconstruyen esos objetos, se les aplican figuras que parecen naturales para aprehenderlos, explicarlos y vivir con ellos, y son esas imágenes, las que finalmente constituyen la realidad cotidiana.

- c) *El proceso de anclaje: la representación en lo social*: al igual que el proceso de objetivación, permite transformar lo que es extraño en familiar. Sin embargo, este proceso actúa en una dirección diferente al de objetivación. Si lo propio de la objetivación es reducir la incertidumbre ante los objetos operando una transformación simbólica e imaginaria sobre ellos, el proceso de anclaje permite incorporar lo extraño en lo que crea problemas, en una red de categorías y significaciones por medio de dos modalidades:

- *Inserción del objeto de representación* en un marco de referencia conocido y preexistente.

- *Instrumentalización social del objeto representado* o sea la inserción de las representaciones en la dinámica social, haciéndolas instrumentos útiles de comunicación y comprensión.

Si bien el proceso de anclaje permite afrontar las innovaciones o el contacto con objetos que no son familiares para las personas, hay que advertir que las innovaciones no son tratadas por igual por todos los grupos sociales, lo cual evidencia el enraizamiento social de las representaciones y su dependencia de las diversas inserciones sociales. En efecto, los intereses y los valores propios de los diversos grupos actúan con fuerza sobre los mecanismos de selección de la información, abriendo más o menos los esquemas establecidos para que la innovación pueda ser integrada. Si el nuevo objeto que ha aparecido en el campo social es susceptible de favorecer los intereses del grupo, este se mostrará mucho más receptivo.

En definitiva, la integración cognitiva de las innovaciones está condicionada tanto por los esquemas de pensamiento ya constituidos como por la posición social de las personas y de los grupos.

Actuando conjuntamente y por su función integradora, el anclaje y la objetivación sirven para guiar los comportamientos. La representación objetivada, naturalizada y anclada, es utilizada para interpretar, orientar y justificar los comportamientos.

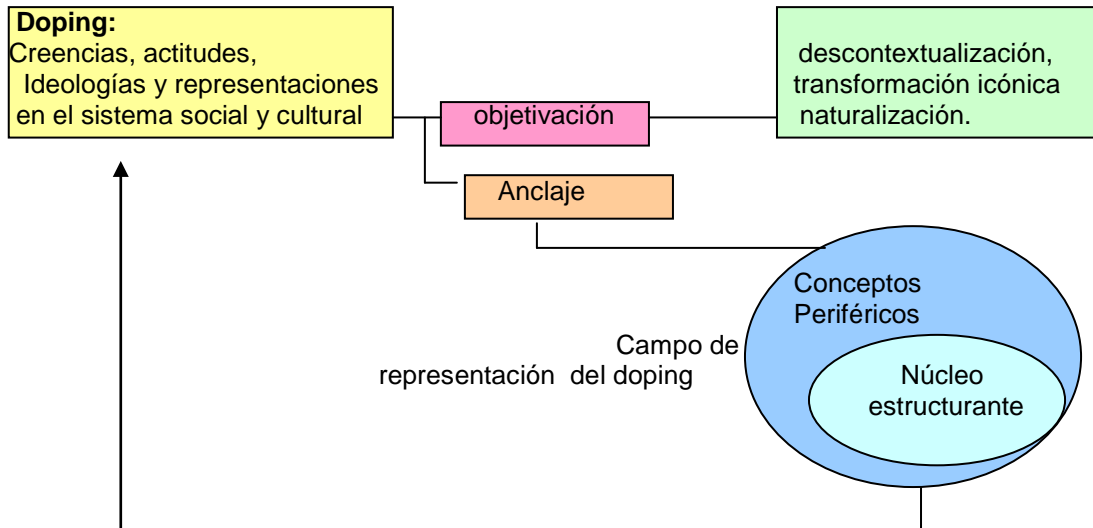
“...las representaciones tienen una doble función: hacer que lo extraño resulte familiar y lo invisible, perceptible” (Farr, 1999)

A modo de conclusión, en este trabajo nos proporciona un acercamiento al marco teórico y nos sitúa en la realidad de un grupo social, que ha elaborado un pensamiento de sentido común sobre el doping y su prevención, es decir, que los conocimientos, conductas y opiniones de los sujetos- deportistas de la provincia de Córdoba se encuentran enmarcadas en representaciones sociales compartidas que transforman los hechos sociales en práctica de la vida deportiva cotidiana.

Lo específico de las Representaciones Sociales son los procesos básicos por los que las teorías de la ciencia, las creencias y las opiniones elaboradas por este grupo social y deportivo se transforman en saber popular y que en la formulación original de la teoría, se identifican como objetivación y anclaje, ya explicado anteriormente.

Observando el siguiente esquema descriptivo y secuencial se pueden interpretar las Representaciones Sociales según Moscovici (1976)

Fig. N° 2: Las Representaciones Sociales concepción según Moscovici



1.3.3. Funciones de las Representaciones Sociales

Las funciones de las Representaciones Sociales han sido expuestas por varios autores destacando la funcionalidad y utilidad práctica de la teoría en el ámbito social. Jean Claude Abric (1994) hace una sistematización sobre el tema donde resume, a su modo de ver, cuatro funciones básicas de las representaciones. Estas funciones han sido desarrolladas en un trabajo realizado por Maricela Perera (1999), siendo precisamente dichas funciones las que presentamos a continuación:

1. *Función de conocimiento:* Permite comprender y explicar la realidad. Las representaciones permiten a los actores sociales adquirir nuevos conocimientos e integrarlos, de modo asimilable y comprensible para ellos, coherente con sus esquemas cognitivos y valores. Por otro lado, ellas facilitan -y son condición necesaria para- la comunicación. Definen el cuadro de referencias comunes que permiten el intercambio social, la transmisión y difusión del conocimiento.
2. *Función identitaria:* Las representaciones participan en la definición de la identidad y permiten salvaguardar la especificidad de los grupos. Sitúan

además, a los individuos y los grupos en el contexto social, permitiendo la elaboración de una identidad social y personal gratificante, o sea, compatible con el sistema de normas y valores social e históricamente determinados.

3. *Función de orientación:* Las representaciones guían los comportamientos y las prácticas. Intervienen directamente en la definición de la finalidad de una situación, determinando así a priori, el tipo de relaciones apropiadas para el sujeto. Permiten producir un sistema de anticipaciones y expectativas, constituyendo una acción sobre la realidad. Posibilitan la selección y filtraje de informaciones, la interpretación de la realidad conforme a su representación. Ella define lo que es lícito y tolerable en un contexto social dado.
4. *Función justificatoria:* Las representaciones permiten justificar un comportamiento o toma de posición, explicar una acción o conducta asumida por los participantes de una situación.

La funcionalidad de las Representaciones Sociales puede sintetizarse en evaluativas, orientadoras, explicativas y clasificatorias. A esta es necesario añadir otras dos funciones que guardan estrecha interrelación con las mencionadas anteriormente. Dichas funciones son:

1. *Función sustitutiva:* Las representaciones actúan como imágenes que sustituyen la realidad a la que se refieren, y a su vez participan en la construcción del conocimiento sobre dicha realidad.
2. *Función icónico-simbólica:* Permite hacer presente un fenómeno, objeto o hecho de la realidad social, a través de las imágenes o símbolos que sustituyen esa realidad. De tal modo, ellas actúan como una práctica teatral, recreándonos la realidad de modo simbólico.

Sandoval (1997) señala que las Representaciones Sociales tienen cuatro funciones:

- *La comprensión*, función que posibilita pensar el mundo y sus relaciones.
- *La valoración*, que permite calificar o enjuiciar hechos.
- *La comunicación*, a partir de la cual las personas interactúan mediante la creación y recreación de las representaciones sociales.
- *La actuación*, que está condicionada por las representaciones sociales.

Los intercambios verbales de la vida cotidiana exigen algo más que la utilización de un mismo código lingüístico. Exigen que se comparta un mismo trasfondo de representaciones sociales, aunque sea para expresar posturas contrapuestas. Este trasfondo común suple el estricto rigor discursivo que es necesario para transmitir sin ambigüedades los significados adecuados, rigor que es obviamente imposible mantener en las improvisaciones espontáneas de la vida cotidiana.

Es así como a partir de las representaciones sociales, las personas producen los significados que se requieren para comprender, evaluar, comunicar y actuar en el mundo social.

1.3.4. Las dimensiones de las Representaciones Sociales

Las Representaciones Sociales constituyen una unidad funcional estructurada. Están integradas por formaciones subjetivas tales como: opiniones, actitudes, creencias, imágenes, valores, informaciones y conocimientos. Algunas pueden guardar estrecha relación con la propia representación social, y en esto han radicado muchas críticas, de modo que ellas se encuentran contenidas dentro de la propia representación y por tanto, las representaciones sociales las trasciende, siendo una formación más compleja.

Las Representaciones Sociales como forma de conocimiento aluden a un proceso y a un contenido.

➤ En tanto *proceso* las Representaciones Sociales refieren a una forma particular de adquirir y comunicar conocimientos.

➤ Como *contenido*, a una forma particular de conocimiento, que constituye un universo de creencias en el que se distinguen tres dimensiones: la actitud, la información y el campo de representación (Moscovici, 1979).

Las representaciones se estructuran alrededor de tres componentes fundamentales: la actitud hacia el objeto, la información sobre ese objeto y un campo de representación donde se organizan jerárquicamente una serie de contenidos.

Investigaciones llevadas a cabo han demostrado que desde el punto de vista de la génesis, la actitud es la primera dimensión de una representación, pues nos representamos “algo” luego y en función de la toma de posición hacia ese “algo”.

1.3.4.1: La actitud

Consiste en una estructura particular de la orientación en la conducta de las personas, cuya función es dinamizar y regular su acción. Es la orientación global positiva o negativa, favorable o desfavorable de una representación. Su identificación en el discurso no ofrece dificultades ya que las categorías lingüísticas contienen un valor, un significado que por consenso social se reconoce como positivo o negativo, por tanto, es la más evidente de las tres dimensiones.

La actitud expresa el aspecto más afectivo de la representación, por ser la reacción emocional acerca del objeto o del hecho. Es el elemento más primitivo y resistente de las representaciones y se halla siempre presente aunque los otros elementos no estén. Es decir, una persona o un grupo pueden tener una reacción emocional sin necesidad de tener mayor información sobre un hecho en particular.

La concepción unidireccional de las actitudes considera que ellas se componen básicamente de un elemento afectivo. La concepción bidimensional añade al anterior, el elemento cognoscitivo. Finalmente, un punto de vista tridimensional la complementa con una tendencia comportamental.

Es esta última visión sobre la actitud la que más se aproxima al concepto de Representación Social. Sin embargo, el origen del término actitud es eminentemente psicológico y aunque se usa en el campo social, no ofrece la estructura dinámica que tiene el de representación. Se puede decir entonces que las Representaciones Sociales contienen a las actitudes y no a la inversa, ya que aquellas van más allá del abordaje tradicional de las actitudes y acercan mucho más el concepto al campo social.

Se manifiesta como la disposición más o menos favorable que tiene una persona hacia el objeto de la representación; expresa por tanto, una orientación evaluativa en relación con el objeto. Imprime carácter dinámico y orienta el comportamiento hacia el objeto de representación, dotándolo de reacciones emocionales de diversa intensidad y dirección. Moscovici señala que: “... *la actitud implica un estímulo ya constituido, presente en la realidad social a la que se reacciona con determinada disposición interna, mientras que la representación social se sitúa en “ambos polos”: constituye el estímulo y determina la respuesta que se da.*” (Referido por Rodríguez, O., 2001: 17).

Según Darío Páez la diferencia más notable entre actitud y representación está dada en la interpretación de los datos más que en los instrumentos que son utilizados, pues las técnicas son muy similares.

1.3.4.2 La información

Es la dimensión que refiere los conocimientos en torno al objeto de representación; su cantidad y calidad es variada en función de varios factores. Dentro de ellos, la pertenencia grupal y la inserción social juegan un rol esencial, pues el acceso a las informaciones está siempre mediatizado por ambas variables. También tienen una fuerte capacidad de influencia la cercanía o distancia de los grupos respecto al objeto de representación y las prácticas sociales en torno a este.

Concierne a la organización de los conocimientos que tiene una persona o grupo sobre un objeto o situación social determinada. Se puede distinguir la cantidad de información que se posee y su calidad, en especial, su carácter más o menos estereotipado o prejuiciado, el cual revela la presencia de la actitud en la información. Esta dimensión conduce, necesariamente, a la riqueza de datos o explicaciones que sobre la realidad se forman las personas en sus relaciones cotidianas. Sin embargo, hay que considerar que las pertenencias grupales y las ubicaciones sociales mediatizan la cantidad y la precisión de la información disponible.

El origen de la información es, asimismo, un elemento a considerar pues la información que surge de un contacto directo con el objeto, y de las prácticas que una persona desarrolla en relación con él, tiene unas propiedades bastante diferentes de las que presenta la información recogida por medio de la comunicación social.

1.3.4.3- Campo de representación

Este es el tercer elemento constitutivo de la Representación Social. Nos sugiere la idea de “modelo” y está referido al orden que toman los contenidos representacionales, que se organizan en una estructura funcional determinada.

Refiere a la ordenación y a la jerarquización de los elementos que configuran el contenido de la Representación Social. Se trata concretamente del tipo de organización interna que adoptan esos elementos cuando quedan integrados en la representación.

En suma, constituye el conjunto de actitudes, opiniones, imágenes, creencias, vivencias y valores presentes en una misma representación social.

El campo de representación se organiza en torno al esquema figurativo o núcleo figurativo que es construido en el proceso de objetivación. Este esquema o núcleo no sólo constituye la parte más sólida y más estable de la representación, sino que ejerce una función organizadora para el conjunto de la representación pues es él quien confiere su peso y su significado a todos los demás elementos que están presentes en el campo de la representación.

La teoría del esquema figurativo tiene importantes implicaciones para el cambio social. En efecto, las actuaciones tendientes a modificar una representación social no tendrán éxito si no se dirigen prioritariamente a la modificación del esquema puesto que de él depende el significado global de la representación.

En síntesis, conocer o establecer una Representación Social implica determinar qué se sabe (información), qué se cree, cómo se interpreta (campo de la representación) y qué se hace o cómo se actúa (actitud). Estas tres dimensiones, halladas por Moscovici, forman un conjunto que tan sólo puede escindirse para satisfacer las exigencias propias del análisis conceptual.

No cabe duda que el campo de representación constituye la dimensión más interesante y más original y quizás la más difícil de captar. Es importante, por lo tanto, tener claridad —dado que las tres dimensiones refieren al análisis de contenido de los discursos— que el campo de una representación es una dimensión que debe analizarse en función de la totalidad del discurso y no sólo en un párrafo o en una frase (Banchs, 1986).

Por ejemplo, puede ser que la Representación Social de un objeto carezca de campo, debido a que el discurso de la persona se expresa a través de elementos dispersos que carecen de organización y en los cuales se observa que la representación no está aún estructurada.

Para ilustrar lo anterior se exponen los extractos de dos entrevistas cuyo objetivo era conocer las representaciones del doping. Las respuestas que se consignan se produjeron ante la pregunta ¿Qué es el doping?

Respuesta1: el doping... no sé... unas técnicas que tienen que estar preparada para lograr saber si los deportistas han consumido drogas para incrementar su rendimiento

(¿Y cómo es eso?) El deportista debe prepararse para ganar la competencia, la competencia es muy difícil.

Respuesta 2: Yo pienso que el doping es la administración o uso por parte de un atleta de cualquier sustancia ajena al organismo o cualquier sustancia fisiológica tomada en cantidad anormal o por una vía anormal o utilizar una técnica, con la sola intención de aumentar en un modo artificial y deshonesto su performance en la competición.

Pero se, que también cuando la necesidad requiere tratamiento médico con alguna sustancia, que debido a su naturaleza, dosis o aplicación puede aumentar el rendimiento del atleta en la competición de un modo artificial y deshonesto, esto también es considerado doping.

Para implementar este concepto, el COI ha publicado una lista de sustancias prohibidas y ha desarrollado un programa de detección de drogas en las Olimpiadas y competencias relacionadas para detener el uso de estas sustancias.

En la 1: Esta respuesta textual de una entrevistada comienza con una frase que refleja una idea lejana de lo que es el doping. Cuando la entrevistadora le pide precisar información, el sujeto se extiende en un discurso que se aleja del concepto de doping donde se confunde con el antidoping, para luego volver a referirse a ideas que se relacionan con la realidad de ese objeto de representación. En este caso no existe campo o una estructura en la representación, sin embargo se habla de una representación porque la persona puede expresarse sobre el doping, con idas y venidas en su discurso alejándose del objeto. En los casos en que la entrevistada respondieron que el doping era “técnica control” o “tiene que ver con lo que realiza el deportista para ganar”, no existe representación del objeto.

En la respuesta 2, observamos el campo estructurado de la representación (Banchs, 1986: 33-34).

1.4 – LAS REPRESENTACIONES SOCIALES Y EL DOPING

En el análisis del mundo del deporte y la utilización de drogas y métodos para aumentar el rendimiento físico como puente hacia el éxito, aparecen los problemas del doping uso indebido de drogas y técnicas dentro de la práctica del deporte. Se ha explicitado formalmente y con frecuencia, la relevancia del papel de lo social en su

conformación, desarrollo y abordaje. Es necesario, en el caso de esta problemática, centrar como nudo de análisis algunos elementos fundamentales, con el fin de mejorar la formación e información de los distintos actores sociales en aras de la maximización de beneficios de los programas de educación antidoping.

Es esencial reorientar o enfocar los asuntos del doping en base a la modificación de las representaciones sociales que, a veces, este conocimiento del sentido común se convierte en obstáculos para el logro de metas.

Las funciones de las Representaciones Sociales dan una sólida justificación a esta investigación sobre el doping y prevención, ya que las funciones de las mismas, según Jean Claude Abric (1944) señalan el camino adecuado para revertir aspectos no deseables en la práctica deportiva. Entre sus funciones, primero la de conocimiento permiten conocer y explicar la realidad del doping entre los actores sociales, (deportistas), en nuestra provincia; segundo permiten reconocer su identidad social al situarse dentro de un grupo del contexto social, caracterizado por un sistema de valores históricos y sociales; tercero, con la de orientación, se logra extraer una guía de comportamientos y prácticas que lo caracterizan y por último la justificatoria, donde se pueden explicar sus acciones, sus conocimientos y sus conductas.

La Representación Social, entendida como el conjunto sistemático de valores, nociones y creencias que permiten a los sujetos comunicarse, actuar y orientarse en el contexto social en que viven, racionalizar sus acciones y defender su identidad, si bien no puede correlacionarse directamente con determinados comportamientos de consumo en el deporte, ni tampoco constituye una explicación unívoca de los mismos, no hay duda de que significa una contextualización operativa fundamental para la comprensión de esos consumos o no consumos. Es decir, que las Representaciones Sociales, no son elementos causales, pero si influyentes, que permiten acceder a conocimientos que subyacen y que son necesarios revertir mediante la prevención.

Estas Representaciones Sociales se han constituido como elementos importantes del imaginario colectivo argentino, al menos desde los años ochenta. Independientemente del análisis crítico del conocimiento social, no hay duda que el “doping” ocupa un lugar en ese constructo desde hace algunos años. Pero la realidad se ha modificado – objetivamente- y las percepciones sociales también. Han

aparecido en nuestro contexto nuevas sustancias y prácticas, han cambiado los patrones de consumo; la convivencia cotidiana ha matizado la visión de los problemas y se han puesto en marcha actuaciones y respuestas variadas.

Por otra parte, la estructura y contenidos de la Representación Social “doping” forman una parte constituyente del mismo fenómeno. Es sobradamente conocido que las representaciones sociales, sobre todo en la medida en que son vivencialmente incorporadas a la interacción colectiva, terminan por constituir una importante parte operativa de los fenómenos. Ciertamente, las Representaciones Sociales sobre el doping en el deporte forman una parte sustancial de cómo cualquier grupo social, en este caso el de los deportistas y atletas, convive con las sustancias y los diferentes consumos, por encima incluso de sus componentes objetivos. La propia definición de los problemas, en qué consisten y el que sean considerados más o menos graves, más allá de cuál sea su manifestación objetiva, dependen en gran medida de cómo son percibidos, vividos, interpretados e integrados por el conjunto de los deportistas y de la sociedad: no en todos los lugares ni en todos los momentos una misma situación merece la misma valoración, ni se manifiesta de la misma manera y, en algunas ocasiones, las repuestas que se ofrecen responden más a la representación que a lo que tengan de objetivo los consumos, o las situaciones que generan.

Todos estos hechos justifican en gran medida la conveniencia de analizar los principales elementos constituyentes de la Representación Social. Análisis que no puede ser sólo estructural, relativo a los contenidos y a la interacción entre ellos, sino que también debe intentar un modelo de interpretación. Desde éstos parámetros analizar los estereotipos dominantes que constituyen las representaciones sociales: cuál es la imagen de las drogas en el deporte y los consumidores; cómo se valora la acción de cada sustancia; cuáles son las actitudes hacia las distintas sustancias y prácticas y hacia quienes las utilizan; cómo se cree que han evolucionado las conductas deportivas y cuáles son las acciones que se consideran necesarias, para luego acceder a un enfoque preventivo sobre el doping en el deporte para desarrollar y estructurar determinados lineamientos e intervenciones para abordar la Educación Antidoping.

“En las representaciones sociales sobre el doping y su prevención, los deportistas producen los significados que se requieren para comprender, evaluar, comunicar y actuar en el mundo social del deporte” (Elsa Corbella, 2010)

1.5.-REPRESENTACIONES SOCIALES Y PREVENCIÓN DEL DOPING

Con todo lo expuesto hasta aquí es lícito preguntarse ¿Cómo aplicamos el concepto de Representación Social en las acciones de prevención del doping en nuestros contextos deportivos de la Provincia de Córdoba?

En primer lugar debiéramos sentar una afirmación que podría acompañar todo nuestro proceso, las acciones de prevención surgen cuando existe una representación que lo define como peligroso y que pone en riesgo la seguridad de los integrantes de la comunidad deportiva. De allí que cualquier intento preventivo se debe iniciar en un profundo conocimiento de la Representación Social que se encuentran en el discurso social de los deportistas federados o no federados para las labores preventivas del doping. Sin duda, que se requiere poner atención a las Representaciones Sociales sobre drogas y técnicas utilizadas en el dopaje, pero en su marco referencial seguramente esta ligada (anclada) a otros conjuntos, ligados a temas y objetos cercanos como la familia, las personas relacionados directamente a ellos, la presión de diversos factores, los otros deportistas/ as, etc.; por lo que debemos entender a las mismas que sostienen la vida comunitaria en su conjunto, lo más profundamente que seamos capaces.

Si se afirma que las Representaciones Sociales sostienen conjuntos de relaciones y comportamientos, entonces podremos darnos cuenta que estos conjuntos desaparecen en la medida que desaparece la Representación Social. De esta forma *“existe una conexión entre representaciones y conjuntos de conductas; la desaparición de un tipo de representaciones pueden acompañarse por la desaparición de un tipo de relaciones y comportamientos”* (Milanese, Merlo, Laffay; 2001, p.32). Desde esta lógica podemos plantear el trabajo de prevención como un trabajo de cambio sobre la Representación Social, especialmente del núcleo central en nuestra realidad. Por ejemplo, si en nuestra comunidad las actividades deportivas, especialmente de alta competición los deportistas muchas veces terminan en el consumo indebido de drogas, tenemos dos caminos de acción preventiva: por un lado podemos hacer algunas intervenciones en el sentido de cambiar las conductas de los deportistas, por ejemplo, a través de un control de acceso u otros mecanismos. Un segundo camino, es un camino más largo, se trata de indagar sobre las Representaciones Sociales que sostienen estas conductas, por ejemplo, incrementar

su velocidad, lograr la meta, triunfar, etc. Si logramos detectar que estas ideas determinan el doping en el deporte, debemos intentar mostrar a estos deportistas **otras formas de competición sin drogas ni otras técnicas que afecten su salud**. Este trabajo de cambio es lento y largo, pero debe ser asumido por las instituciones gubernamentales, deportivas y las personas que son conscientes de la necesidad de cambiar estas conductas, desde el cambio de sus propias Representaciones Sociales en torno al dopaje.

Si las Representaciones Sociales tienen este poder de cambio, es lógico hacer la hipótesis de que es ejerciendo una influencia en el nivel de la formación y la dinámica de las representaciones sociales que la acción social puede tener un impacto preventivo. El actor de esta influencia sobre la formación y la dinámica de las Representaciones Sociales son más coherentes con el marco teórico de éstas y más eficaz como instrumento de trabajo con los deportistas de élite o amateurs de la Provincia de Córdoba.

“La prevención, en el campo deportivo, requiere de una mirada distinta, ya no desde el “evitar” sino desde la “seguridad”. Cuando se percibe un hecho como peligroso, surge la prevención como un mecanismo de lograr seguridad, y por tanto de alejar la amenaza.

La prevención en un ámbito deportivo implica conocer las distintas maneras de entender los fenómenos y conocer cuales son aquellos que amenazan y que se necesitan alejar para lograr mayor seguridad. Lograr seguridad depende de la manera en que se ven los objetos y por lo tanto son componentes cognitivos los que se asocian a las prácticas de prevención del doping.

En esta perspectiva será necesario internarnos en el concepto de Representaciones Sociales como un instrumento de gran utilidad en la estructuración de una comprensión comunitaria del fenómeno del dopaje en el deporte”. (Elsa Corbella, 2010)

CAPÍTULO II

EL OBJETO DE LAS REPRESENTACIONES: DOPING Y SU PREVENCIÓN

“El significado de una victoria con la ayuda de una droga es ambiguo e inaprensible aún para el atleta que la uso. Es el resultado de la corrupción y debilidad, justamente lo opuesto a la victoria auténtica...” (WADA)

2.1. EL OBJETO DE LAS REPRESENTACIONES: DOPING Y SU PREVENCIÓN

No se sabe a ciencia cierta de donde proviene la palabra "**doping**", unos la asocian a una antigua palabra inglesa "dope", que era como una pasta o grasa lubricante. La Enciclopedia Británica la atribuye a la voz flamenca "doop" que se usa para determinar una mezcla. También se comenta que proviene de una lengua hablada en una tribu Zulú de la costa este de África del Sur, el término sur africano "Dope", que era una bebida alcohólica que tenía propiedades estimulantes y se usaba para poder realizar correctamente unas danzas ceremoniales.

Doping, palabra adoptada por los ingleses a finales del siglo XIX para referirse originariamente a la administración de drogas a los caballos de carrera, pero posteriormente se trasladó al mundo deportivo.

2.2.- ¿QUE ES EL DOPING?

De acuerdo con el Comité Olímpico Internacional (COI), el dopaje es la administración o uso por parte de un atleta de cualquier sustancia ajena al organismo o cualquier sustancia fisiológica tomada en cantidad anormal o por una vía anormal con la sola intención de aumentar en un modo artificial y deshonesto su rendimiento en la competición; antes, durante o después de la competencia misma. Cuando se requiere tratamiento médico con alguna sustancia que pueda aumentar el rendimiento del atleta, también es considerado doping.

La ley Antidoping de la República Argentina (Ley 25387 - ANTIDOPING - LEY 24819 - SU MODIFICACION) en el:

- Artículo 2º - *Se considera doping el uso de sustancias o métodos prohibidos, cualquiera sea su vía de administración por parte de deportistas antes, durante o*

después de la competencia. Las sustancias y métodos prohibidos se encuentran detallados en el anexo I de la presente ley y sus futuras modificaciones.

- Artículo 3° - Quedan también comprendidos en las disposiciones de la presente ley quienes faciliten o inciten la práctica del doping, quienes administren o suministren las sustancias o métodos prohibidos y quienes obstaculicen el control antidoping.

Cada asociación deportiva posee una lista detallada de las sustancias prohibidas con las cantidades máximas permitidas. De acuerdo a la sustancia utilizada y otros factores particulares, cada asociación sanciona al atleta en cuestión.

2.3. CUANDO SE PRODUCE EL DOPING

Según el Código Mundial Antidopaje de la Agencia Mundial Antidopaje (AMA o, en inglés, WADA) se habla de dopaje cuando se produce una o varias de estas situaciones:

Constituyen infracciones a las normas antidopaje:

1 La presencia de una sustancia prohibida o de sus metabolitos o marcadores en la muestra de los deportistas.

2 Uso o intento de uso por parte de un atleta de una sustancia o método prohibido. A este respecto es importante mencionar que el atleta debe asegurarse de que no entre ninguna sustancia prohibida a su organismo, pues no es necesario demostrar la intención o conciencia de su uso, la simple presencia da un resultado adverso. El intento de uso puede demostrarse con las declaraciones del atleta, compañeros, testigos o pruebas documentales.

3 La negativa o resistencia, sin justificación válida, a una recogida de muestras tras una notificación hecha conforme a las normas antidopaje aplicables, o evitar de alguna forma la recogida de muestras.

4 Vulneración de los requisitos sobre la disposición del deportista para la realización de los controles fuera de la competición. Es decir dar información incompleta o falsa de localización para los controles.

5 Falsificación o intento de falsificación de cualquier parte del procedimiento de control antidopaje. Por ejemplo alterar los códigos de identificación de las muestras o destruir una muestra.

6 Posesión de sustancias y métodos prohibidos. Esto aplica dentro y fuera de la competencia e incluye al deportista y personal de apoyo.

7 Tráfico o intento de tráfico de cualquier sustancia o método prohibido.

8 Administración o intento de administración durante la competición a un deportista de una sustancia o método prohibido, también la asistencia, incitación, contribución, instigación, encubrimiento o cualquier otro tipo de complicidad.

2.4 ¿POR QUÉ SE DOPAN LOS DEPORTISTAS?

Los deportistas se dopan por tres motivos principales:

- por las características de la droga
- por las características del deportista
- por la presión del ambiente que rodea al deportista-

2.5 ¿CUÁNTOS TIPOS DE CONTROL DE DOPAJE EXISTEN?

- Controles de competición, que se realizan durante una competición deportiva.
- Controles de fuera de competición son los que se pueden llevar a cabo en cualquier momento y en cualquier lugar de entrenamiento, en el propio domicilio del deportista o en cualquier lugar.

A su vez ambos tipos de control pueden llevarse a cabo de dos maneras: anunciándolos previamente y sin anunciarlos previamente (por sorpresa). Los controles anunciados previamente se suelen llevar a cabo de manera programada y anunciada en las grandes competiciones o en concentraciones en grupos de deportistas.

Los deportistas saben con varias semanas o meses de anterioridad que se les va a someter a controles de dopaje. Sin embargo los controles de dopaje por sorpresa son aquellos que se pueden llevar a cabo sin avisar en cualquier momento y en cualquier lugar de entrenamiento, de competición, en el propio domicilio del deportista o cualquier lugar.

Para poder ser sometido a un control de dopaje por sorpresa, el deportista deberá informar al organismo correspondiente el lugar y fecha donde se encuentra en todo momento-

- **¿Qué es un control de dopaje?**

-Un control de dopaje consiste en decidir el nombre del deportista al que se va a someter a un control de dopaje, recoger una muestra de sangre o de orina a dicho deportista seleccionado previamente, transportar dicha muestra y analizarla en un laboratorio de control de dopaje acreditado por la Agencia mundial Antidopaje, con objeto de detectar sustancias o métodos incluidos en la lista prohibidos.

Si se detectan dichas sustancias, se sancionará al deportista.

Las sustancias prohibidas lo son porque:

- Afectan la salud de los deportistas.
- Representan una trampa hacia otro competidor
- Algunas son drogas psicoactivas y producen adicción

➤ **Listas de clases y métodos de doping**

1) Sustancias prohibidas en todo momento

-Agentes anabólicos:

Esteroides

-Agonistas B2

-Hormonas peptídicas, factores del crecimiento y sustancias afines.

-Diuréticos y otros agentes enmascarantes

2) Métodos prohibidos

-Doping sanguíneo: aumento de la transferencia de oxígeno

-Manipulación farmacológica, química o física-

-Dopaje genético

3) Sustancias prohibidas en la competición

-Estimulantes

-Narcóticos

-Cannabinoides

-Glucocorticoesteroides

4) Sustancias prohibidas en ciertos deportes

-Alcohol

- Anestésicos locales
- Betabloqueantes.

2.6 PREVENCIÓN DEL DOPING

La prevención del doping comienza por la difusión de los aspectos recreativos, éticos y saludables del deporte y del grave daño que conlleva el uso de sustancias tóxicas. En este aspecto, la educación, el acompañamiento y la supervisión de todos los deportistas es de fundamental importancia.

Por otra, todas las personas del entorno de los deportistas están involucradas en el control de todos los que participan de actividades deportivas ya que deben guiarlos en cuanto a las actividades que deben efectuar, a la observancia de una alimentación adecuada, con una preparación conveniente, una formación antidoping, etc.

Cuando participan en deportes de alto rendimiento las presiones juegan un papel preponderante ya que buscan superarse a partir de la obtención del éxito. El uso del doping aparece como una alternativa errónea de solución mágica que involucra tanto al deportista como a su entorno. Por otra parte los trastornos de este accionar no solo repercuten negativamente en el deportista, si no también en el resto del equipo, cuerpo técnico, institución, familia y grupo de pares.

Se debe plantear la temática entorno a la culpabilidad y responsabilidad de los participantes en este accionar ya sea por parte del medico, del entrenador, del deportista, la familia, etc.; pero sin dejar de lado lo más importante, que la esencia de la prevención contra el doping, se prioriza: la integridad, la preparación, y el cuidado psicológico y físico del atleta.

Lamentablemente el riesgo más temido suele ser la sanción disciplinaria que corresponde si llegara a ser descubierto su accionar, en lugar de los perjuicios psicológicos o físicos que pueden acarrear esta conducta.

Quienes se inician o habitan en el mundo del doping o de las drogas prohibidas necesitan una alternativa de salud que los convoque a un cambio positivo y los vuelva de regreso a la esencia misma del deporte, fundada en valores.

La aparición y rápida extensión del doping durante los últimos años se debe en gran parte a factores que están por fuera de la esencia misma del deporte, por ejemplo el abuso de fármacos que se registra en la actualidad, junto con la presión que ejerce la sociedad, clubes, entrenadores, familia, medios de comunicación, dirigentes y

representantes, sobre sus deportistas favoritos, a quienes se les exige una superación continua de su rendimiento. El profesionalismo impulsado por las empresas y los lucrativos contratos publicitarios, televisivos, de sponsors etc. llevan a los deportistas a esfuerzos tremendos y una superación constante, como obviamente le resulta difícil mantener el ritmo con medios naturales recurre al doping. Se sigue buscando, con una ilusión tan antigua como el mundo aquel producto milagroso capaz de transformar al individuo común y corriente en un superhombre.

Comprender que la solución puede ser, lograr un buen desempeño por encima del resultado, puede transformarse en una herramienta productiva y preventiva, que apunte no solo a la disminución del nivel de stress generado por la competencia, si no también facilitarle al atleta un pensamiento diferente, con claridad de objetivo y planificaciones que puedan permitir el correcto camino al mérito y al triunfo deportivo.

La necesidad de considerar seriamente el aspecto preventivo crece día a día. Se trata de comenzar a implementar medidas que apunten no solo a superar un problema ya instalado en clubes e instituciones deportivas, si no también en consideración a los más pequeños y a quienes aún no han acudido a una actitud de dopaje. La importancia de incluir a los niños y niñas que se inician en una práctica deportiva y que pueden llegar a transformarse en deportistas profesionales el día de mañana.

Para prevenir, promover la salud, vivenciar los principios del deporte es necesario despertar y desarrollar las potencialidades creativas de cada persona e intentar la remoción de obstáculos que se oponen.

Promover y estimular la reflexión y el análisis de las Representaciones Sociales del grupo de deportistas, por parte de los entrenadores, médicos, psicólogos, familiares, etc. para que se impliquen y proyecten acciones acorde con la realidad, para lograr deportistas que tengan como guía los valores y la práctica del “Juego limpio”.

CAPÍTULO III

EL SUJETO DE LAS REPRESENTACIONES: LOS DEPORTISTAS DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA- ARGENTINA.

3.1.-EL DEPORTE Y EL DEPORTISTA

El deporte es un fenómeno social sumamente complejo basado en toda actividad psicofísica, caracterizada por tener un conjunto de reglas obligatorias libremente aceptadas, asociada a la competitividad y por lo general institucionalizado (asociaciones, federaciones, clubes, etc.). Requiere competir consigo mismo o con otros deportistas, bajo reglas y condiciones que se deben respetar, donde la capacidad psicofísica son factores decisivos para determinar resultados deportivos.

El deportista en cada actividad deberá mostrar sus condiciones, ganarse un espacio y para ello deberá tener una especial conducta de vida sana.

Frecuentemente se confunde los términos deporte y educación física, en realidad no significa lo mismo, la diferencia radica en el carácter competitivo del primero que implica un trabajo, en contra del mero hecho de la práctica del segmento que involucra una actividad recreativa. Podríamos decir, que son dos planos diferentes pero con una consideración común con los objetivos del deporte basados en:

➤ El desarrollo integral del deportista en libertad y dignidad, fundados en un deporte limpio y sano, en concordancia con su dignidad y con sus ideales. El entrenamiento con constancia, con la ilusión del alto rendimiento, ayudados con programas de nutrición y descanso adecuados lo conducirán al éxito deportivo. *“Ese estilo de vida de un deportista, lo logra y le queda para toda la vida. Es un estilo de Vida...”* (Ivana Accornero, deportista y entrenadora, 2009).

➤ Conseguir una mejor salud física, mental y social donde se privilegie el carácter lúdico del deporte, no se inviertan los valores éticos del mismo, favorezca la elevación social y la promoción de vínculos con las comunidades, entre los hombres y pueblos, atributos estos de valor universal.

➤ Lograr que la competición sea justa, equitativa y auténtica, donde no se introduzca la mentira y el engaño, y no se pierda la confianza tan necesaria en la actividad socio-deportiva.

3.1.1.-Profesionalidad del deportista

El aspecto de entretenimiento del deporte, junto al crecimiento de los medios de comunicación y el incremento del tiempo de ocio, ha provocado que se profesionalice el mundo del deporte. Esto ha conducido a cierta polémica, ya que para el deportista profesional puede llegar a ser más importante el dinero o la fama que el propio acto deportivo en sí. Al mismo tiempo, algunos deportes han evolucionado para conseguir mayores beneficios o ser más populares, en ocasiones perdiéndose algunas valiosas tradiciones.

El fútbol en Europa y América Latina, o el fútbol americano y el béisbol en Estados Unidos, son ejemplos de deportes que mueven al año enormes cantidades de dinero. Esta evolución conduce a un aumento de la competitividad, dado que la lucha por la victoria adquiere otro significado al incluirse también el apartado económico. Este aumento, asimismo, lleva a la aparición de un importante lado negativo de la profesionalidad, el uso de diversas argucias o trampas, que puede terminar en ocasiones en la práctica del dopaje por parte de los deportistas.

3.2.-CÓRDOBA Y LOS DEPORTES

3.2.1. Córdoba, Argentina

Es una provincia llamada el corazón mediterráneo de la República Argentina, con una superficie de 165.312 Km² y una población de 3.601.611 habitantes (Censo, 2001).

En ella contrastan zonas rurales y urbanas de gran prosperidad y zonas de pobreza donde incluso aún no han llegado las tecnologías modernas.

Su ciudad capital: Córdoba alta mente industrializada y educativa, en la que conviven trabajadores, estudiantes y profesionales cuenta con cuatro Universidades. Una de ellas, la Universidad Nacional de Córdoba (1613), la primera del país creada por los Jesuitas; por ello a la ciudad se la denomina “La Docta”. Este legado jesuítico se puede apreciar en la Manzana Jesuítica, declara Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. En ella, se produce en el año 1918, la Reforma Universitaria, su población estudiantil provienen de la todas las latitudes del país y países limítrofes. Córdoba, la de las Ciencias con su observatorio Astronómico, creado en 1871 y la de un atrevido lanzamiento satelital. También se caracteriza por los grandes eventos

culturales en sus teatros, en la Ciudad de las Artes y festivales de encuentros de Cultura.

Sus cerros, valles, pampas, ríos y lagos que la pueblan la convierten en un interesante atractivo turístico de una particular belleza.

En este contexto se encuentra la actividad deportiva, la que adquiere una importancia superlativa dada la cantidad de habitantes que practican variadas disciplinas deportivas.

3.2.1.-Deportes en Córdoba

Dada la importante cantidad de habitantes, en Córdoba se practican variadas disciplinas deportivas. El deporte más desarrollado en cuanto a infraestructura y público, al igual que en la mayor parte del país, es el fútbol. Los equipos más importantes son los que disputan las divisiones de ascenso de la Asociación del Fútbol Argentino. En la temporada 2009/2010 juegan en la Primera "B": Club Atlético Belgrano e Instituto Atlético Central Córdoba. En el Torneo Argentino A: Club Atlético Racing y Club Atlético Talleres y en el Torneo Argentino B: General Paz Juniors. Finalmente se encuentran los clubes que disputan las divisiones amateur del fútbol argentino, es decir, el Torneo del Interior y las Ligas regionales (Liga Cordobesa de Fútbol). En el primero de ellos, encontramos en 2010, a los clubes Las Palmas y Atlético Escuela Presidente Roca.

Por otra parte, el automovilismo, es un deporte que despierta mucha atracción en los cordobeses. En el Estadio Olímpico de Córdoba se realiza una de las etapas del Rally de Argentina del Campeonato Mundial de Rally. El baloncesto es también muy popular. Su representante más importante a nivel nacional es Atenas. Otros deportes con gran popularidad son el tenis, golf, hockey sobre césped, rugby y boxeo.

Todos los años se realiza la maratón de Córdoba, uno de los más importantes del país. Tiene dos circuitos uno competitivo de alrededor de 10 km y otro participativo de 3,5.

3.3.-LAS FEDERACIONES DE DEPORTE Y LOS DEPORTISTAS

Los datos del informe de relevamiento de personas e instituciones del deporte federado de la provincia, en el presente año el número de deportistas federados se

incrementó en un 9%; de los 75615 registrados en 2009 a los 82443 en 2010. A estas cifras hay que agregarle la referida a entrenadores, jueces y dirigentes.

Por primera vez en la historia el deporte cordobés sabe cuántos y quiénes son los que practican alguna actividad física federada, es decir bajo el reglamento de una federación o asociación y no simplemente por el hecho saludable de practicar alguna disciplina.

Los números del fútbol no sorprenden: es la disciplina que más jugadores federados tiene en toda la provincia. Con 43.905, los futboleros superan ampliamente al segundo en la lista: el básquetbol, que contabiliza 7.466. Lo llamativo viene por el informe de la Federación Cordobesa de Tenis, que arrojó un registro de 149 deportistas federados, cuando se sabe que hoy cualquier torneo de tenis infantil o juvenil tiene más de 200 inscriptos o que en los clubes son muchos más los chicos que practican el deporte de la raqueta.

Distinto es el caso del ajedrez ya que la Federación afiliada a la Confederación presentó un listado con 21 deportistas federados.

Redondeados los datos:

- Uno de cada 43 habitantes de la Provincia de Córdoba es federado.
- Los 74.147 deportistas federados llenarían un estadio de fútbol para 80.000 personas.
- Los futbolistas representan el 59,2 por ciento del total de deportistas federados.
- Si se movilizaran los deportistas federados de Córdoba cubrirían 15 cuadras.

Los deportistas, a partir de esta disposición, tendrán acceso a los derechos que otorga la Agencia Córdoba Deportes.

El Gobierno de la Provincia de Córdoba brinda ayuda económica a las Federaciones y becas para los deportistas, atletas convencionales, adaptados, olímpicos y ex deportistas.

También cuenta con diez consultorios médicos en el CARD (Centro de Alto Rendimiento Deportivo), que sirven para realizar el Examen Médico para la Mediana y Alta Competencia (Emmac), documento recientemente homologado por el Ministerio de Educación de la Provincia para ser utilizado también como certificado médico a nivel inicial, secundario y terciario. Además se cuenta con ciento cincuenta y tres prestadores privados y públicos gracias a un acuerdo con el

Ministerio de Salud, es obligatorio para practicar deportes en la Provincia, tal como está dispuesto en la Resolución N° 108/09 de dicho Ministerio.

3.4.-DEPORTES AMATEURS

El deporte aficionado es una actividad que se desarrolla para mejorar el estado psicofísico de quien lo practica, por vocación, por diversión o en todo caso por la satisfacción de compartir una actividad en común. Y siendo así, hablar de "deporte profesional", configura casi necesariamente una contradicción en los términos, porque cuando a la actividad deportiva se le adiciona la profesionalidad, lo que se hace puede parecer lo mismo (o hasta técnicamente mejor para el espectador), pero es en realidad lo contrario: el deporte profesional se desarrolla para ganar dinero y no por diversión; es un trabajo remunerado y no una actividad de esparcimiento y socialización.

Sin embargo la profesionalización está de todas maneras entre los desarrollos posibles del deporte, aún del que empieza como aficionado. De hecho, la inmensa mayoría de los deportistas comienza a practicar como aficionada, es decir sin percibir nada material por la práctica, y a veces hasta al revés, pagando para hacer su deporte: los deportistas amateurs deben abonar la cuota de su club y costear de su bolsillo todos los gastos que la práctica de su deporte les ocasiona, en equipos, indumentaria, traslados, etcétera

Luego, sólo una parte menor de estos deportistas aficionados, generalmente los que tienen mayores aptitudes, queda frente a la alternativa de convertir su actividad en un medio de vida y va dedicando mayor tiempo a su preparación y a la práctica del deporte, para progresivamente ir introduciéndose al profesionalismo.

Así la actividad que nació como un pasatiempo o como una diversión se convierte en un modo de vida, o mejor dicho, en un trabajo con mayores o menores obligaciones, pero en un trabajo al fin, en el sentido amplio del concepto. Y toda relación de trabajo retribuida o compensada, está sujeta a las leyes y reglamentos que rigen la figura contractual: legalmente entre el deportista y quien lo contrata, se da un contrato laboral o de servicios para-laborales, en cuyo contexto, cualquiera sea su alcance y condiciones, inexorablemente uno será "empleado" y el otro "empleador".

Este proceso de pase de lo aficionado a lo profesional es en general más conocido y frecuente con relación al fútbol. Pero se puede sin embargo dar también en casi cualquier otro deporte: en nuestro país ya se ha aceptado sin ningún reparo el profesionalismo en el golf, en el boxeo, el tenis, el polo y el automovilismo, entre otros, sin perjuicio de que existan deportes que por razones más bien de hecho o de tradición; mantienen globalmente su condición amateur, con pocas concesiones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

4.1 -APROXIMÁNDONOS A LOS RESULTADOS

Los resultados de esta investigación han sido organizados de acuerdo a las dimensiones de las Representaciones Sociales: información, actitud y campo representacional.

De esta forma, nos encontramos en la dimensión de información, que dan cuenta de los conocimientos de los deportistas federados y no federados encuestados que han adquiridos en el transcurso de sus vidas respecto al doping y que ellos mismos definen como las drogas o métodos que utilizan algunos deportistas, sus efectos, procedimientos de consumo, el contexto físico y social de su uso, en cambio para otros, lo confunden con técnicas de control o antidoping, y las fuentes de información que posibilitan para ellos este conocimiento. Además se incluyen solicitudes de opiniones y situaciones donde deben asumir diversas actitudes. Este conjunto de datos, ya analizados permitieron construir las Representaciones Sociales sobre el doping en el deporte para lograr mayor performance. También han sido entrevistados entrenadores, preparadores físicos, médicos deportólogos, periodistas, etc., para conocer sus conocimientos y sus acciones ante la problemática del doping y la prevención.

La dimensión de las actitudes está constituida por categorías, referidas a valoraciones y sentimientos hacia las drogas en el deporte, su consumo y sus efectos, hacia el entorno físico y social donde el uso de sustancias tiene cabida: el deporte, actitudes hacia los deportistas consumidores y los no consumidores.

En la dimensión del campo o matriz representacional, el discurso de los deportistas da cuenta de ocho dimensiones, asociadas a los significados que ellos atribuyen al doping y su consumo; las motivaciones o causas que lo explican, la dinámica o itinerario de la situación de dopaje, las estrategias de control antidoping en el deporte; la magnitud percibida del doping; las distinciones entre no consumidores, y usuarios; diferenciaciones entre tipos de deportistas que lo utilizan o no, explicaciones respecto a diferenciaciones entre el doping masculino y femenino,

reacciones sociales frente al doping; estrategias de abordaje del mismo como fenómeno o problema deportivo y social.

Estas dimensiones relacionadas con creencias, conocimientos y actitudes referidas al doping y prevención son: **Cuadro N° 2:**

Dimensiones e Indicadores de las Representaciones Sociales del doping

DIMENSIONES	INDICADORES
➤ Representación del concepto de doping.	¿Qué es el doping? Cuándo algo es doping. Asociaciones con la palabra doping Vocabulario Drogas visualizadas
➤ Representación sobre modos y conductas de consumo	Deportes en el que se realiza dopaje. Efectos de las drogas. Consumidores Motivos del doping
➤ Representación de las medidas preventivas ante el fenómeno del doping	Actitudes sobre el dopaje. Medidas para contrarrestar el doping. Medidas de ayuda al deportista que consume drogas
➤ Representación del deportista consumidor y no consumidor	Perfil del deportista consumidor de drogas. Causas del consumo Perfil del deportista no consumidor de drogas en el deporte
➤ Representación de la implicación de diferentes actores asociados al deportista.	Los entrenadores, médicos deportólogos, preparadores físicos, familia, sociedad.
➤ Representación de la prevención y educación del doping	Respuestas del deportista federado y no federado El rol de la educación preventiva
➤ Opiniones, sugerencias, pensamientos	

Metodológicamente se realizó un análisis estadístico descriptivo para las preguntas de la encuesta y entrevista. Se presentan tablas de frecuencias y gráficos, para resumir la información obtenida en cada uno de los ítems de las mismas.

La finalidad de este trabajo fue obtener una información que permitiera desplegar el entramado de la **estructura representacional** sobre el doping y su prevención. Estas estructuras representacionales cuali-cuantitativas permitieron desvelar la información, desinformación, opiniones, creencias que están instaladas y circulan entre deportistas federados y no federados de la Provincia de Córdoba. Argentina y posibilitó descifrar algunas relaciones y jerarquizaciones conceptuales en los mensajes y respuestas.

4.2.- ANÁLISIS DE DATOS PROVENIENTE DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS DE CONOCIMIENTO Y DE OPINIÓN SOBRE EL DOPING Y SU PREVENCIÓN.

4.2.1.-ANÁLISIS DE ENCUESTAS

Se presentan los resultados de 1548 encuestas realizadas a deportistas, de las cuales 795 corresponden a la Ciudad de Córdoba y 753 a la Provincia de Córdoba.

El rango de edad de los deportistas que participaron está entre 11 y 71 años, 576 de ellos pertenecen al sexo femenino y 972 al masculino.

Hubo 676 encuestados que dijeron practicar fútbol, 178 rugby, 154 natación, 130 tenis, 148 básquet, 140 hockey, ciclistas 88 y 81 volley y 53 diversos deportes como esgrima, fisicoculturismo, boxeo, etc., de los cuales 866 dijeron ser no federados y 682 federados.

1- ¿Podrías expresar según tus conocimientos, qué es el *doping*?

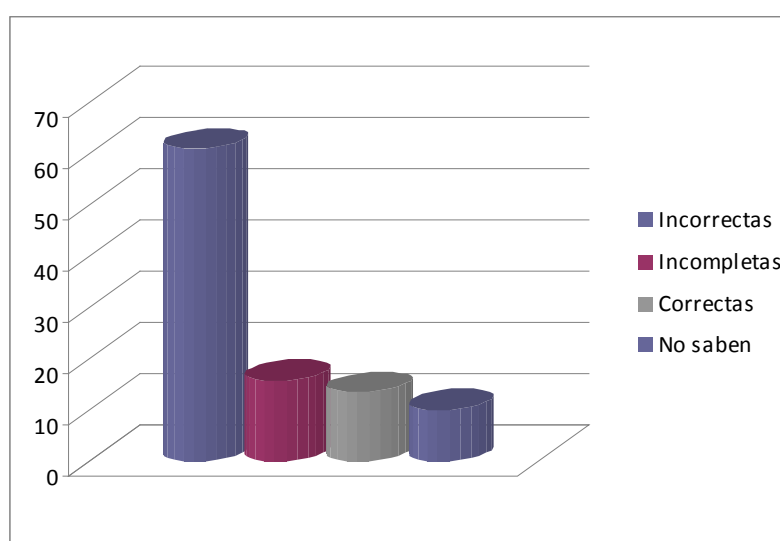
Tabla N° 1: Conocimiento sobre el concepto de doping, por deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Doping	Frecuencia	Porcentaje
Incorrectas	944	60.9
Incompletas	242	15.6
Correctas	208	13.0
No saben	154	10.0
Totales	1548	100.00

Fuente: Datos propios

Hubo el 61% de respuestas en las que los encuestados asociaban esta cuestión, por ejemplo a “*pruebas de laboratorio que se realiza al deportista*” (E. 28), incorrectas porque corresponden a antidoping; un 16% estuvieron incompletas, el 13% de las respuestas hacían referencia al “*uso de sustancias y métodos destinados a aumentar de modo artificial el rendimiento del deportista en la competencia*” (correcta) (E. 93) y un 10 % manifestaron no saber.

Gráfico N° 1: Conocimiento sobre el concepto de doping, por deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: datos tabla N° 1

➤ **Análisis de contenido de las definiciones de doping aportadas por los deportistas**

Observando la tabla correspondiente se encuentran las categorías de análisis:

Tabla N° 2: Elementos que estructuran el concepto de doping, por deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Elementos del concepto “doping”	Frecuencia	Porcentaje
1. Proceso artificial	512.0	33.0
2. Efectos que produce	450.0	29.0
3. Contra los valores deportivo/ley	208.0	13.4
4. Proceso peligroso para salud	378.0	22.4
Total	1548.0	100.0

Fuente: datos propios

Analizando el contenido de las definiciones de doping se observan diversas representaciones, como: 1º) un proceso peligroso para la salud, con 22%, 2º) algo desleal, tramposo y fuera de la ley con 13%, 3º) precursor de efectos favorables, mayor rendimiento, velocidad, potencia, con 29%, 4º) proceso artificial, por el consumo de sustancias o aplicación de técnicas, como un proceso artificial logrado por sustancias o técnicas, con 33%.

2- Algo es *doping* cuando...

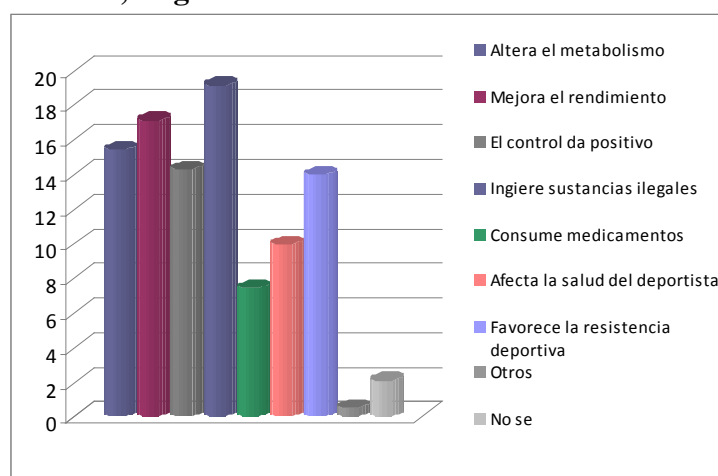
Es relevante dentro del estudio de las Representaciones Sociales que los encuestados expresen cuando algo es doping...

Tabla N° 3: Concepto de cuando que algo es doping, por deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Doping es....	Frecuencia	Porcentaje
1. Altera el metabolismo	404	15.4
2. Mejora el rendimiento	448	17.0
3. El control da positivo	374	14.2
4. Ingiere sustancias ilegales	501	19.1
5. Consume medicamentos	194	7.4
6. Afecta la salud del deportista	261	10.0
7. Favorece la resistencia deportiva	366	14.0
8. Otro	14	0,5
9. No se	55	2.0
Total	2617	100.0

Fuente: datos propios

Gráfico N° 2: Concepto de cuando que algo es doping, por deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: Datos tabla N° 3

La opción “*ingiere sustancias ilegales*” fue la respuesta más elegida con un 19 %, le sigue “*mejora el rendimiento*” con un 17 % y luego la opción “*altera el metabolismo*” con un 15%. También se destaca “*el control da positivo*” con un 14%, “*favorece la resistencia deportiva*” con un 14%, “*afecta la salud del deportista*” con un 10% y “*consume medicamentos*” con un 7%. Un 2% de los deportistas no supo responder a esta pregunta.

3.- Asociación de palabras con doping

Es sumamente importante considerar las asociaciones a partir de un término disparador, en nuestro caso es “doping”. Observando la tabla tenemos las asociaciones que después permitirán estructurar el núcleo central y periférico de las Representaciones Sociales.

Tabla N° 4: Palabras asociadas con el doping, por deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

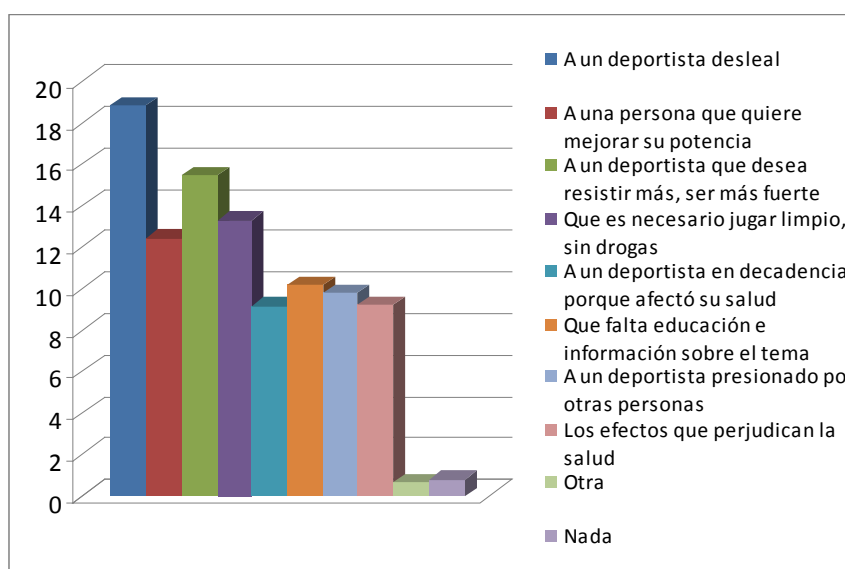
Palabras asociadas	Frecuencia	Porcentaje
Resistencia	290	28.0
Velocidad	168	16.0
Potencia	150	14.5
Rendimiento	104	9.5
Droga	68	6.0
Energía	36	4.0
Destreza	36	4.0
Agilidad	36	4.0
Ilegal	22	3.0
Poder	16	2.0
Fuerza	16	2.0
Alteración	12	1.5
Trampa	12	1.5
Deslealtad	8	0,8
Descontrol	7	0.7
Muerte, dolor	6	0.6
Enfermedad	5	0.5
Malestar	5	0.5
Otros: Maradona	5	0.5
Adicción	4	0.4
Total	1007	100.0

Fuente: datos propios

También es interesante identificar las asociaciones que establecen con el *doping*. Analizando las respuestas comprobamos que, a la palabra “*resistencia*” le

corresponde un 28% y “potencia” con 14.5%, éstas fueron las más mencionadas; luego “rendimiento” con un 9,5%, “velocidad” con un 16%, “droga” con 6%, “destreza, agilidad y energía” con un 4% cada una, “ilegal” 3% y un 14% mencionaron otras palabras entre las que figuran: “vitalidad”, “rapidez” y “eficacia”. En el campo de palabras observamos que la asociación esta referida a los efectos que logran buscarse con el dopaje en el deporte. Retomando las afirmaciones de la tabla n° 3, nuevamente se demuestra que la idea de doping se relaciona con la mayor resistencia, potencia y la mejora del rendimiento, la velocidad, rapidez y la energía en el campo deportivo, después le sigue “vitalidad y eficacia” muy ligado entre si estos conceptos. También podemos prestar atención a los datos en:

Gráfico N° 3: Palabras asociadas con el doping, por deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009



Fuente: datos tabla N° 4

4- ¿Qué cosas o ideas se te vienen a la mente cuando se habla sobre el consumo de drogas en el deporte?

Concatenado con la definición de dopaje está la posición asumida con respecto al consumo de drogas en el deporte, en la siguiente tabla están consignadas las respuestas de los encuestados.

“A un deportista desleal” fue la opción más elegida con un 19%, le sigue “a un deportista que desea resistir más, ser más fuerte” con un 16%, luego “que es necesario jugar limpio, sin drogas” con un 13%, “a una persona que quiere mejorar

su potencia” con un 12%, “que falta educación e información sobre el tema”, con un 10%, “a un deportista presionado por otras personas” con un 10%, “los efectos que perjudican su salud” con un 9%, “a un deportista en decadencia porque afectó su salud” con un 9%, entre las respuestas más destacables.

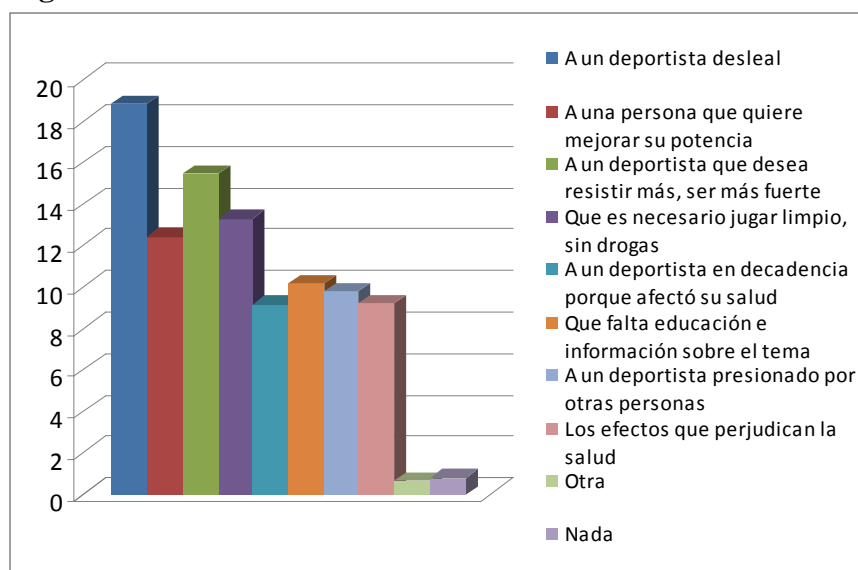
Observando la tabla y el gráfico se comprueba lo anteriormente expresado

Tabla N° 5: Ideas sobre el consumo, por deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Ideas sobre consumo...	Frecuencia	Porcentaje
1. A un deportista desleal	452	19.0
2. A una persona que quiere mejorar su potencia	299	12.4
3. A un deportista que desea resistir más, ser más fuerte	372	16.0
4. Que es necesario jugar limpio, sin drogas	320	13.0
5. A un deportista en decadencia porque afectó su salud	220	9.1
6. Que falta educación e información sobre el tema	245	10.0
7. A un deportista presionado por otras personas	235	10.0
8. Los efectos que perjudican la salud	222	9.1
9. Otra	16	1.0
10. Nada	19	1.0
Total	2400	100.0

Fuente: Datos propios

Gráfico N° 4: Ideas sobre el consumo, por deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: Datos tabla N° 5

5- ¿Cuáles son las sustancias o drogas que consumen algunos deportistas para mejorar su rendimiento?

A partir de las respuestas de los deportistas se puede observar que en general hay desconocimiento de las sustancias, donde a veces se confunden las mismas.

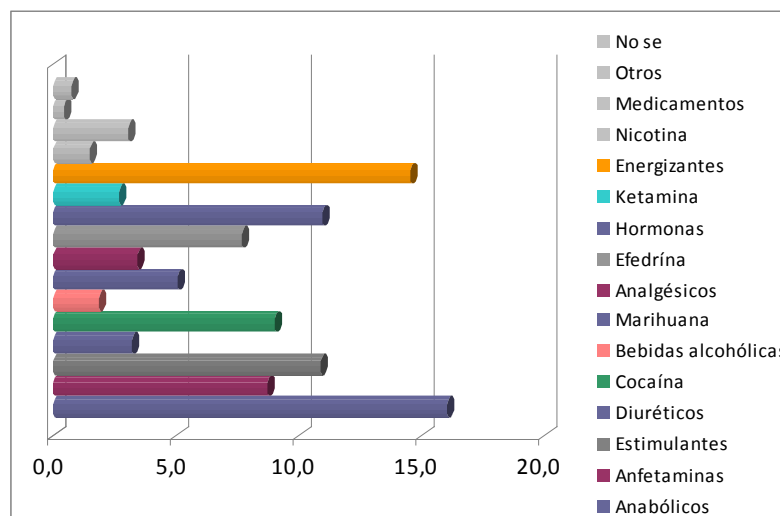
Tabla N° 6: Sustancias o drogas que consumen para mejorar el rendimiento, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Sustancias que consumen	Frecuencia	Porcentaje
1. Anabólicos	573	16,1
2. Anfetaminas	313	8,8
3. Estimulantes	390	10,9
4. Diuréticos	114	3,2
5. Cocaína	323	9,0
6. Bebidas alcohólicas	66	1,8
7. Marihuana	182	5,1
8. Analgésicos	122	3,4
9. Efedrina	275	7,7
10. Hormonas	391	11,0
11. Ketamina	97	2,7
12. Energizantes	520	14,6
13. Nicotina	53	1,5
14. Medicamentos	110	3,1
15. Otros	15	0,4
16. No se	26	0,7
Total	3570	100

Fuente: Datos propios

Se pueden visualizar las sustancias consideradas en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 5: Sustancias o drogas que consumen para mejorar el rendimiento, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: Datos tabla N° 6

La sustancia más mencionada fue “*anabólicos*” con un 16,1%, le sigue “*energizantes*” con un 14,5%, “*hormonas*” con un 11%, “*estimulantes*” con un 10,9%, “*cocaína*” con un 9%, “*anfetaminas*” con un 8,8%. La opción “*efedrina*” tuvo un 7,7% y un 5,1% fue para “*marihuana*”. También los *diuréticos* 3,2%, *medicamentos* 3,1%, *ketamina* 2,7%, *bebidas alcohólicas* 1,8%, *nicotina* 1,5%, otro 0,4% y un 0,7% no contestaron

6- ¿Cuáles son los métodos o técnicas que usan algunos deportistas para mejorar su performance?

Es de importancia que los deportistas de Córdoba expresen sus conocimientos sobre las técnicas y sustancias que se emplean en el dopaje para mejorar la performance.

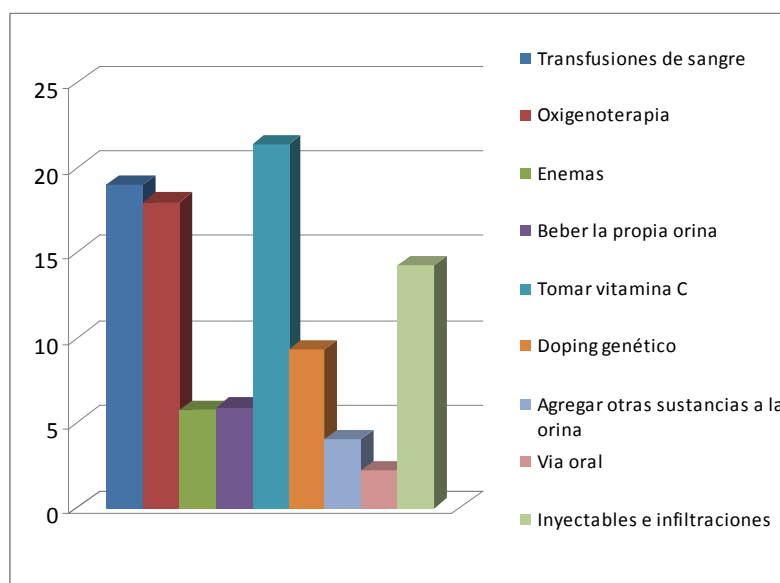
Tabla N° 7: Métodos o técnicas que usan los deportistas para mejorar su performance, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Métodos o Técnicas que emplean	Frecuencia	Porcentaje
1. Transfusiones de sangre	260	19.0
2. Oxigenoterapia	246	17.9
3. Enemas	79	6.0
4. Beber la propia orina	81	6.0
5. Tomar vitamina C	293	21
6. Doping genético	128	9.0
7. Agregar otras sustancias a la orina	55	4.0
8. Vía oral	30	2.0
9. Inyectables e infiltraciones	195	14.0
Total	1367	100

Fuente: Datos propios

Hay un 21% de elecciones de la opción “*tomar vitamina C*”, un 19% para “*transfusiones de sangre*” y un 18% para “*oxigenoterapia*”. También reconocen a los inyectables e infiltraciones con el 14%, las *enemas* y *beber orina* con un 6% cada una, con el *agregado de sustancias en la orina* 4%, entre otras.

Gráfico N° 6: Métodos o técnicas que usan los deportistas para mejorar su performance, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: Tabla N° 7

7- ¿Por qué crees que los deportistas consumen drogas?

Son numerosas las causas que a consideración de los deportistas de Córdoba llevan al dopaje, entre ellas tenemos:

Tabla N° 8: Causas por la cual los deportistas consumen drogas, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

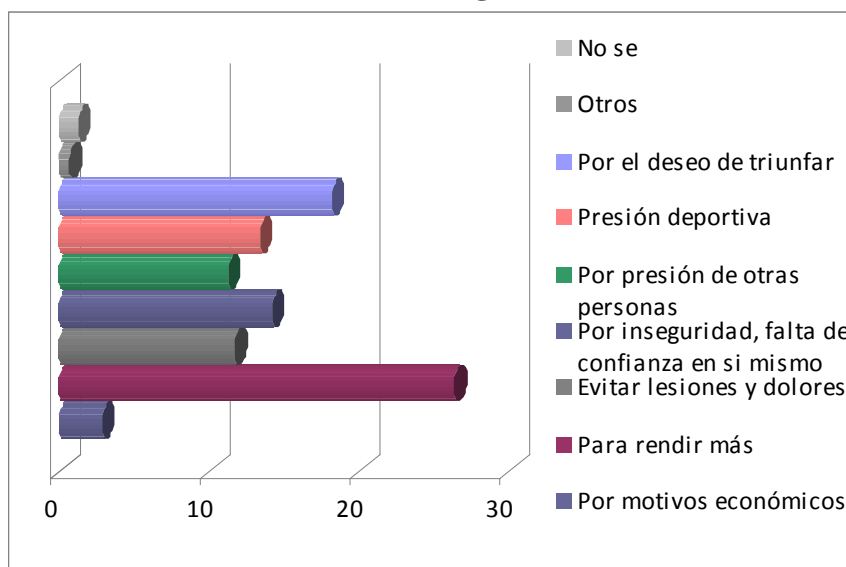
Causas del doping	Frecuencia	Porcentaje
1. Por motivos económicos	66	2.8
2. Para rendir más	610	26.3
3. Evitar lesiones y dolores	271	11.7
4. Por inseguridad, falta de confianza en si mismo	328	14.0
5. Por presión de otras personas	261	11.8
6. Presión deportiva	309	13.0
7. Por el deseo de triunfar	420	18.0
8. Otros	16	1.0
9. No se	30	1.0
Total	2311	100.0

Fuente: Datos propios

La opción “*para rendir más*” tuvo una frecuencia del 26%, luego un 54% para la respuesta “*por el deseo de triunfar*”, un 18% para “*por inseguridad, falta de confianza en sí mismo*”, un 14% para “*por presión deportiva*” 13%, evitar dolores y

lesiones 12%, por presión de otras personas 11%, entre los más destacable, sólo el 2.8% por motivos económicos.

Gráfico N° 7: Causas por la cual los deportistas consumen drogas, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: datos tabla N° 8

8- ¿Quiénes consumen más drogas?

Un 53% de los encuestados cree que los varones consumen más drogas, un 44% que ambos lo hacen y un 1% que las mujeres. Se registró un 3% de no respuesta.

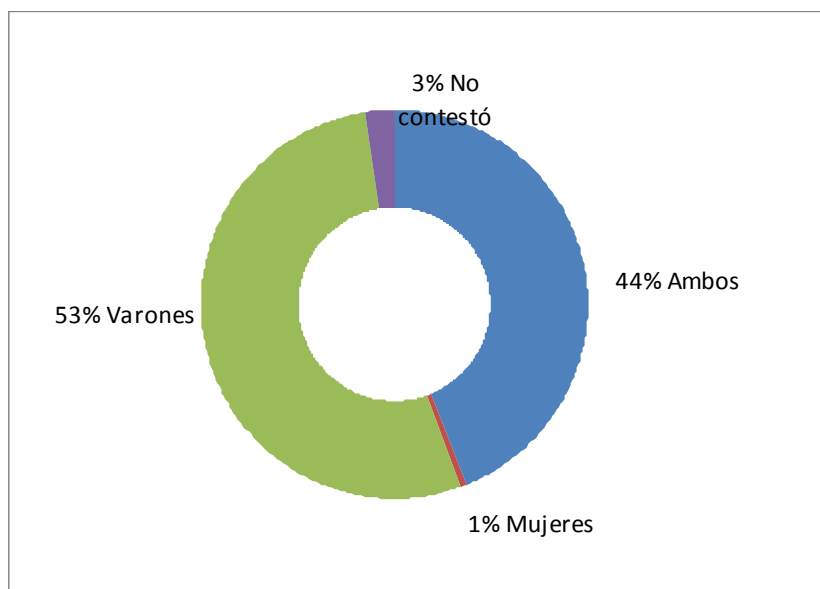
Tabla N° 9: Deportistas que más consumen drogas, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Consumen	Frecuencia	Porcentaje
Ambos	678	43.7
Mujeres	12	0.7
Varones	818	52.8
No contestó	40	2.58
Total	1548	100.00

Fuente: Datos propios

Para lograr una mejor comprensión de las relaciones porcentuales de estas respuestas, se presenta el siguiente:

Gráfico N° 8: Deportistas que más consumen drogas, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: datos tabla N° 9

9- Tus amigos y compañeros deportistas, ¿Cómo llaman comúnmente a las sustancias o drogas que se utilizan para doparse?

Las respuestas son variadas, predominando las drogas ilegales de mayor consumo en la población y a las cuales las denominan utilizando sus nombres vulgares. Entre las sustancias hay un escaso conocimiento de las que se utilizan en el dopaje.

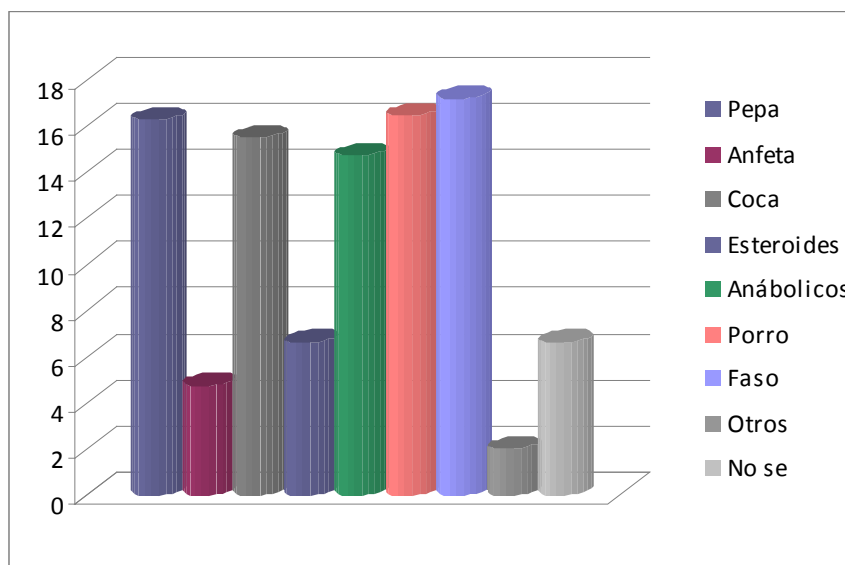
Las drogas reconocidas se consignan en la tabla:

Tabla N° 10: Nombres dado a las sustancias que utilizan para doparse, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Sustancias	Frecuencia	Porcentaje
1. Pepa	277	16.2
2. Anfeta	81	4.7
3. Coca	264	15.0
4. Esteroides	113	6.6
5. Anabólicos	251	15.0
6. Porro	280	16.7
7. Faso	293	17.0
8. Otros	34	2.0
9. No se	113	7.0
Total	1706	100.0

Fuente: datos propios

Gráfico N° 9: Nombres dado a las sustancias que utilizan para doparse, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: datos tabla N° 10

La opción “*faso*” fue elegida en un 17%, luego “*pepa*” y “*porro*” ambas opciones con un 16%, “*coca*” con un 15% y “*anabólicos*” con un 15%, *esteroides* 7% entre lo más destacables. Un 7% afirmó no saber. En este caso *pepa* y *anfeta* se relacionan con el LSD.

10- En tu grupo de amigos o compañeros deportistas ¿conversan sobre *doping*?

Es revelante indagar sobre las conversaciones que se dan entre los deportistas y poder leer cuales son sus representaciones sociales relativa a los temas que abordan sobre el *doping*.

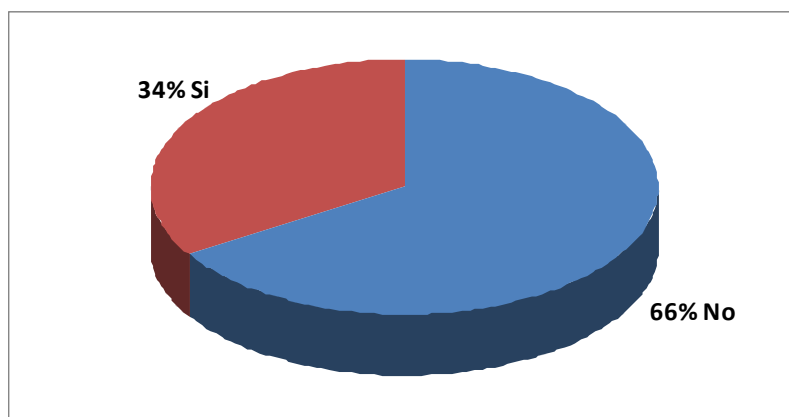
Tabla N° 11: Conversaciones sobre el *doping*, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Conversan	Frecuencia	Porcentaje
No	1018	65.7
Si	530	34.2
Total	1548	100.0

Fuente: datos propios

Un 66% opina que no se conversa sobre *doping* y un 34% que si.

Gráfico N° 10: Conversaciones sobre el doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: Datos tabla N° 11

➤ **Si respondes que “si”, ¿qué conversan?**

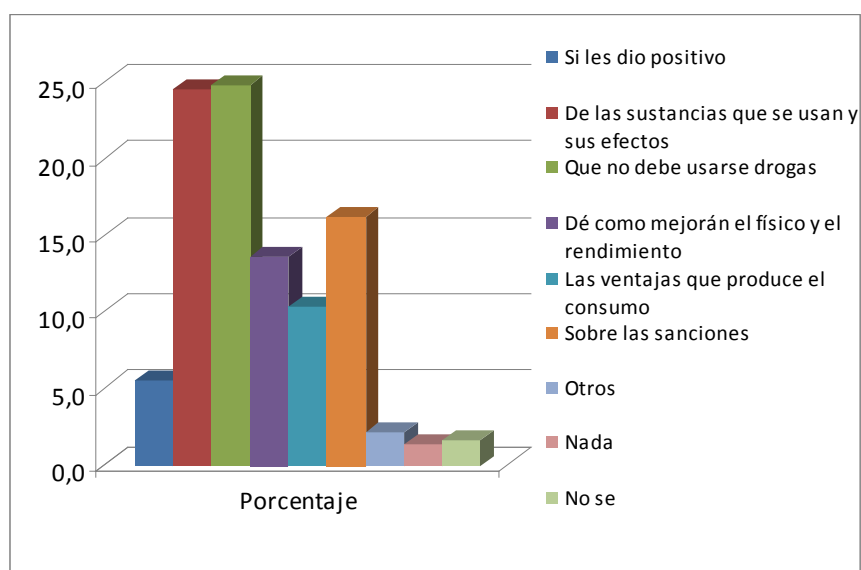
Tabla N° 12: Temas de conversación que abordan sobre doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Temas que conversan	Frecuencia	Porcentaje
1. Si les dio positivo	33	5.4
2. De las sustancias que se usan y sus efectos	147	24.4
3. Que no debe usarse drogas	149	24.7
4. De cómo mejoran el físico y el rendimiento	82	13.6
5. Las ventajas que produce el consumo	62	10.3
6. Sobre las sanciones	97	16.1
7. Otros	13	2.0
8. Nada	8	1.0
9. No se	10	1.6
Total	601	100.0

Fuente: datos propios

Sobre los temas de conversación, un 24% dijo “*de las sustancias que se usan y sus efectos*”, un 25% también “*que no debe usarse drogas*”, un 16% “*sobre las sanciones*”, un 14% “*de cómo mejoran el físico y el rendimiento*”, un 10% sobre “*las ventajas que produce el consumo*” y un 5% sobre “*si les dio positivo*”, entre lo más destacables. Un 2% respondieron que no saben y 1% dicen que no hablan.

Gráfico N° 11: Temas de conversación que abordan sobre doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: Tabla N° 12

+

11- ¿En qué tipo de deportes se aplica la prueba “antidoping”?

Dentro de la realidad de Córdoba, es fundamental que los deportistas reconozcan en que deportes se practica la prueba antidoping.

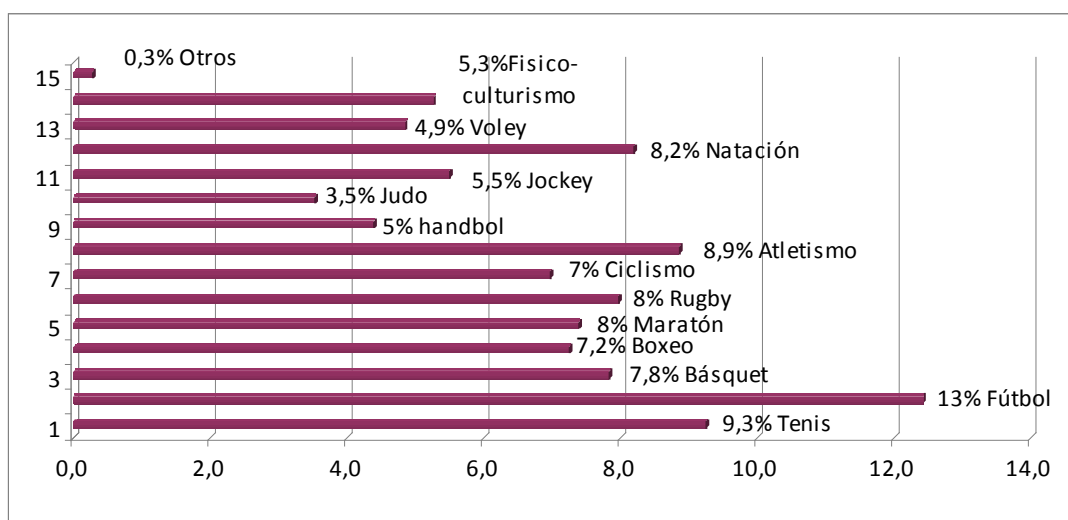
Tabla N° 13: Deportes en que se practica la prueba antidoping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Deportes donde se practica el antidoping	Frecuencia	Porcentaje
1. Tenis	534	9.2
2. Fútbol	717	12.8
3. Básquet	452	8.1
4. Boxeo	418	7.5
5. Maratón	427	7.6
6. Rugby	460	8.2
7. Ciclismo	402	7.2
8. Atletismo	511	9.1
9. Handbol	254	4.5
10. Judo	204	3.6
11. Jockey	318	5.7
12. Natación	473	8.4
13. Voley	280	5.0
14. Físico-culturismo	304	5.4
15. Otros	17	0.3
Total	5771	100

Fuente: datos propios

Las respuestas más frecuentes fueron: un 13% para “fútbol”, 9% para “tenis”, 9% para “atletismo”, un 8% para “natación”, un 8% para “rugby”, un 8% para “básquet”, un 8% para “maratón”, un 7% para “boxeo” y un 7% para “ciclismo”, “jockey” el 6%, para el voley y el físico-culturismo con el 5%, para el handbol un 5% y un 4% para judo.

Gráfico N° 12: Deportes en que se practica la prueba antidoping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: datos tabla N° 13

12- ¿En qué nivel de competencias se aplica la prueba “antidoping”?

Tabla N° 14: Deportes en los que se aplica la prueba antidoping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

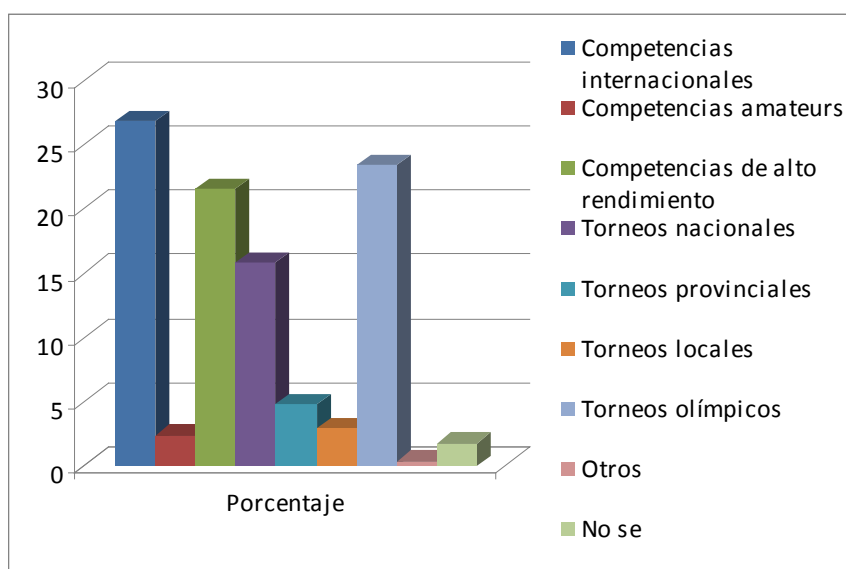
Se aplica antidoping	Frecuencia	Porcentaje
1. Competencias internacionales	598	26.9
2. Competencias amateurs	53	2.3
3. Competencias de alto rendimiento	479	21.6
4. Torneos nacionales	352	16
5. Torneos provinciales	106	4.7
6. Torneos locales	65	3.0
7. Torneos olímpicos	522	23.4
8. Otros	8	0.3
9. No se	39	1.7
Total	2222	100.0

Fuente: datos propios

La opción “*competencias internacionales*” fue elegida con un 27%, luego “*torneos olímpicos*” con un 23%, “*competencias de alto rendimiento*” con un 22% y “*torneos nacionales*” con un 16%, sólo un 5% señala los “*torneos provinciales*”, un 3% “*torneos locales*”.

Un 2% de los encuestados manifestó no saber.

Gráfico N° 13: Deportes en los que se aplica la prueba antidoping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: datos tabla N° 14

13- ¿Conoces ejemplos de deportistas a quienes el antidoping les dio positivo?

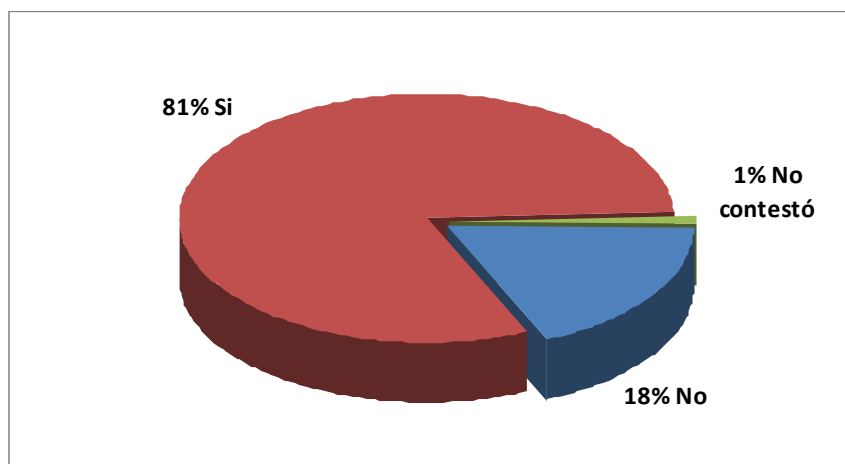
Tabla N° 15: Conocimiento de deportistas con antidoping positivo, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Doping +	Frecuencia	Porcentaje
No	284	18.0
Si	1252	80.8
No contesta	12	1.0
Total	1548	100.0

Fuente: Datos propios

Un 81% conoce deportistas a quienes la prueba antidoping les dio positivo y un 18% no. El 1% no contestó.

Gráfico N° 14: Conocimiento de deportistas con antidoping positivo, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: datos tabla N° 15

- Según tu opinión o conocimiento, si respondes que “si”, ¿por qué lo hizo?

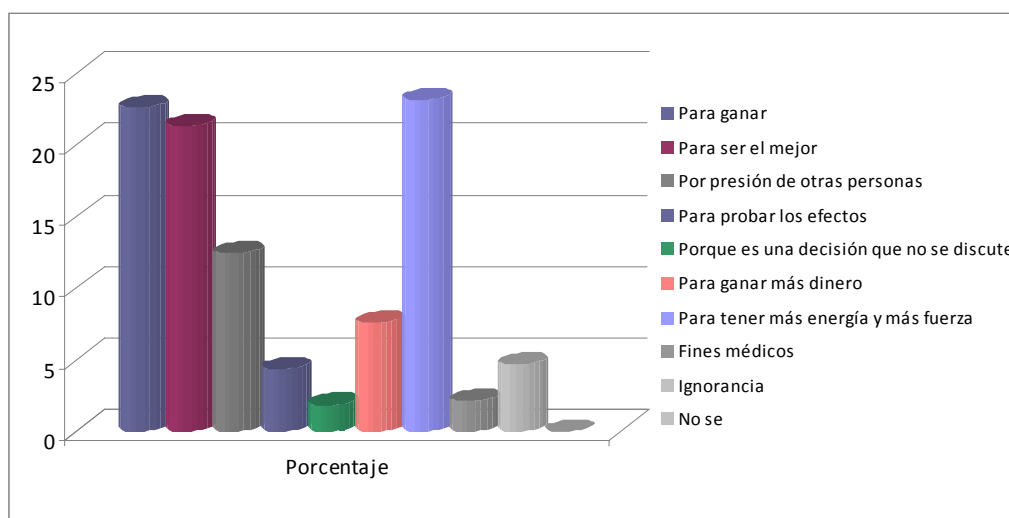
Tabla N° 16: Causas por las que el antidoping les dio positivo, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Causas del doping positivo	Frecuencia	Porcentaje
1. Para ganar	307	22.59
2. Para ser el mejor	290	21.3
3. Por presión de otras personas	169	12.4
4. Para probar los efectos	59	4.3
5. Porque es una decisión que no se discute	25	2.0
6. Para ganar más dinero	103	8
7. Para tener más energía y más fuerza	314	23.1
8. Fines médicos	29	2.1
9. Ignorancia	63	4.6
10. No se	0	0
Total	1359	100.0

Fuente: datos propios

El 23% afirmó “*para tener más energía y fuerza*”, el 23% opina que “*para ganar*”, un 21% para “*ser el mejor*” y un 12% “*por presión de otras personas*”, aparece el factor económico “*para ganar más dinero*” con 8%, “*para probar los efectos*” 4% y es digno de considerar que algunos encuestados consideran “*por ignorancia*” 5%, “*una decisión que no se discute*” 2%.

Gráfico N° 15: Causas por las que el antidoping les dio positivo, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: datos tabla n° 16

14- En tu grupo de amigos o compañeros deportistas, ¿Conversan sobre cómo evitar el consumo de las drogas en el deporte?

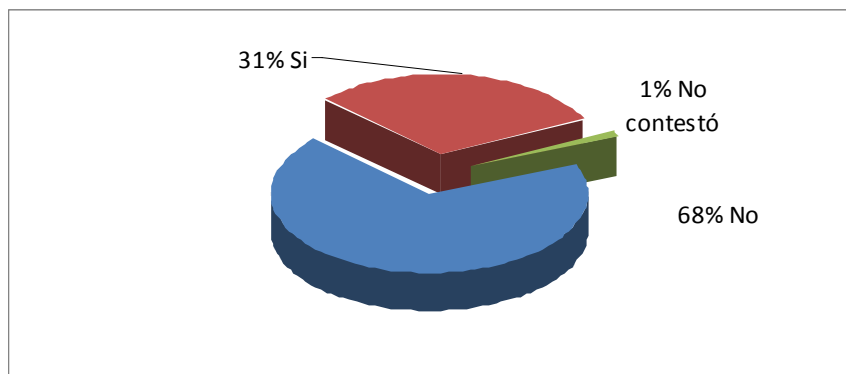
En este ítem se pone en evidencia las actitudes de los deportistas con relación a este flagelo dentro del deporte, veamos sus respuestas:

Tabla N° 17: Conversaciones sobre la forma de evitar el doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Formas evitar doping	Frecuencia	Porcentaje
No	1052	68
Si	486	31
No contestó	10	1
Total	1548	100

Fuente: datos propios

Gráfico N° 16: Conversaciones sobre la forma de evitar el doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: datos tabla N° 17

Un 68% no conversa sobre cómo evitar el consumo de drogas en el deporte, un 31% manifiesta que si hablan sobre formas de evitar el dopaje.

➤ **Si la respuesta es “sí”, ¿cómo lo evitarían?**

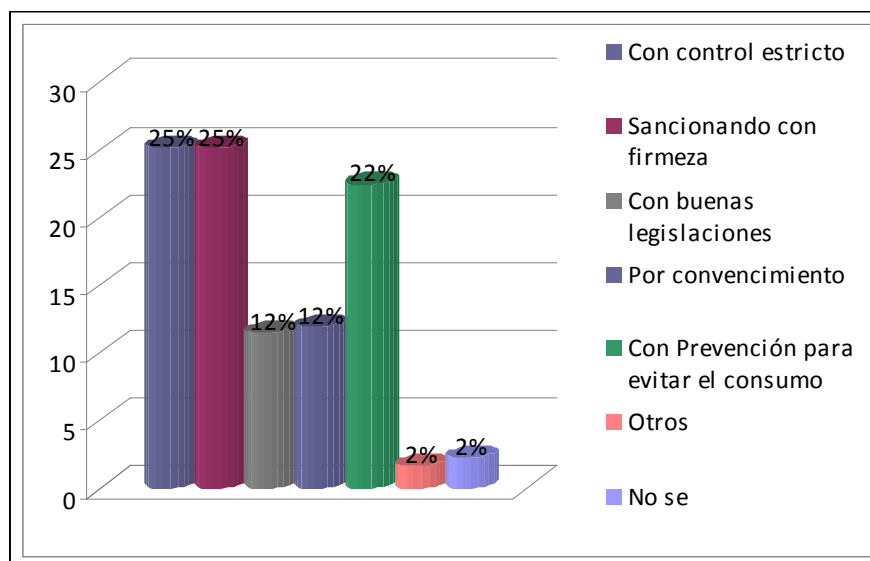
Tabla N° 18: Opinión sobre la formas de evitar el doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009

Evitar doping	Frecuencia	Porcentaje
1. Con control estricto	122	25.1
2. Sancionando con firmeza	122	25.1
3. Con buenas legislaciones	56	11.4
4. Por convencimiento	58	11.9
5. Con prevención para evitar el consumo	109	22.4
6. Otros	8	1.6
7. No se	11	2.2
Total	486	100.0

Fuente: datos propios

Las opciones “*con control estricto*” y “*sancionando con firmeza*” fueron elegidas con una frecuencia del 25 % para ambas, mientras que “*con prevención para evitar el consumo*” obtuvo un 22%, con “*buenas legislaciones*” el 11% y “*por convencimiento*” con el 12% y 2% no respondió porque no sabe.

Gráfico N° 17: Opinión sobre las formas de evitar el doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: tabla N° 18

15- ¿Qué opinión tienes sobre los deportistas que consumen drogas?

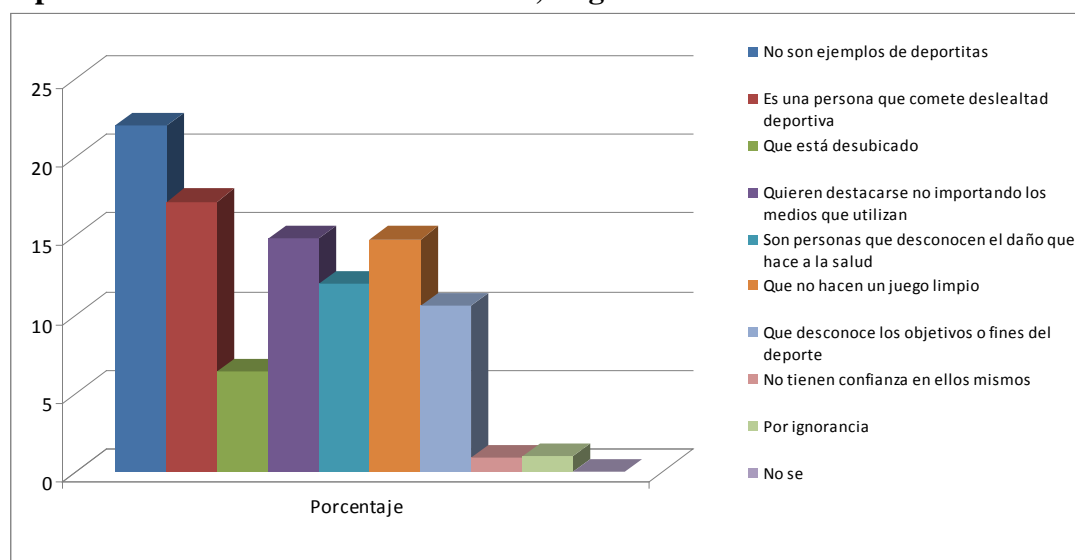
Esta cuestión es fundamental porque posiciona al sujeto-deportista dentro de un marco ético o fuera del mismo.

Tabla N° 19: Opinión sobre deportistas que consumen drogas, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Fuente: datos propios

Los deportistas que se dopan	Frecuencia	Porcentaje
1. No son ejemplos de deportistas	497	22.0
2. Es una persona que comete deslealtad deportiva	388	17.2
3. Que está desubicado	144	6.3
4. Quieren destacarse no importando los medios que utilizan	336	14.9
5. Son personas que desconocen el daño que hace a la salud	270	11.9
6. Que no hacen un juego limpio	334	15.0
7. Que desconoce los objetivos o fines del deporte	239	10.6
8. No tienen confianza en ellos mismos	21	0.9
9. Por ignorancia	23	1.0
10. No se	0	0
Total	2252	100.0

Gráfico N° 18: Opinión sobre deportistas que consumen drogas, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: Datos tabla N° 19

La opción “no son ejemplos de deportistas” fue la opción más elegida con un 22%, luego “es una persona que comete deslealtad deportiva” tuvo una frecuencia del

17%, le siguen “*quieren destacarse, no importándoles los medios que utilizan*” y “*que no hacen juego limpio*” ambas con un 15%. Finalmente se destacan las opciones “*son personas que desconocen el daño que hace a la salud*” con un 12% y “*que desconoce los objetivos o fines del deporte*” con un 11%, que “*está desubicado*” 6% y “*no tienen confianza en sí mismos*” o “*por ignorancia*” un 1% cada uno.

16- Intenta ahora imaginar que concurre a una competencia. Si te invitan a probar una droga para mejorar el rendimiento, ¿qué harías? ¿La tomarías?

Nuevamente en este ítem se pone a prueba las actitudes del deportista con relación al dopaje.

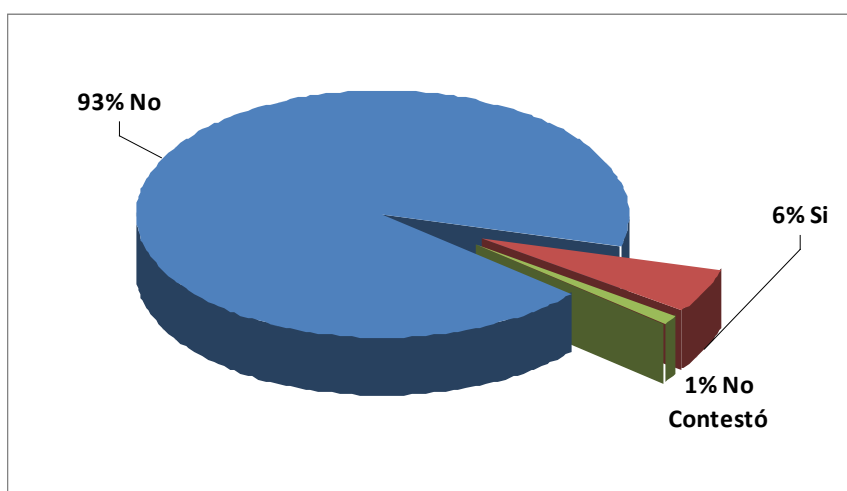
Tabla N° 20: Actitud ante el doping para mejorar el rendimiento, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No	1446	93.4
Si	92	5.9
No contestó	10	0.6
Total	1548	100.0

Fuente: Datos propios

El 93% de los encuestados no probarían droga para mejorar el rendimiento, el 6% si lo haría, el 1% restante contestó que no sabía.

Gráfico N° 19: Actitud ante el doping para mejorar el rendimiento, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.



Fuente: Datos tabla N° 20

Es realmente importante extraer las razones de cada postura, para ello las siguientes cuestiones:

➤ **Si contestó que no, ¿por qué?**

Tabla N° 21: Motivos por los que no probaría drogas, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

“No” doparse	Frecuencia	Porcentaje
Por lealtad deportiva	416	28.7
Por salud	320	22.1
Peligro a la adicción	108	7.4
Desmedro del rendimiento deportivo	290	20.0
Modifican mi carácter	140	9.6
Otras	112	7.7
No se	60	4.1
Total	1446	100.0

Fuente: datos propios

El 29% de las respuestas fueron para la opción “*por lealtad deportiva*”, un 22% “*por salud*”, un 20 % por “*desmedro del rendimiento*”, el 10% por “*modificación del carácter*” y un 7% por “*peligro a la adicción*”, entre lo más destacable y un 4% contestó que *no sabía*.

➤ **Si contestó que si, ¿por qué?**

Tabla N° 22: Motivos por los que si probaría drogas, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

“Si” doparse	Frecuencia	Porcentaje
Mejoraría mi rendimiento	21	22.8
Tendría más fuerza	46	50.0
Estaría más tranquilo	10	10.8
No estaría ansioso	9	9.7
Otras	4	5.0
No se	1	1.0
Total	92	100.0

Fuente: datos propios

Entre los que aceptan el doping, el 50% expresan que “*tendrían más fuerza*”, el 23% especifican que “*mejorarían su rendimiento*”, en cambio el 11% que “*estarían más tranquilos*” y el 10% “*no estarían ansiosos*”, entre los más ponderados. El 15 “*no sabe*”.

17- ¿Podría prevenirse o evitarse el uso de drogas en la actividad deportiva?

Es relevante conocer la postura que adoptan los deportistas en relación a la posibilidad de abordar propuestas de prevención del dopaje.

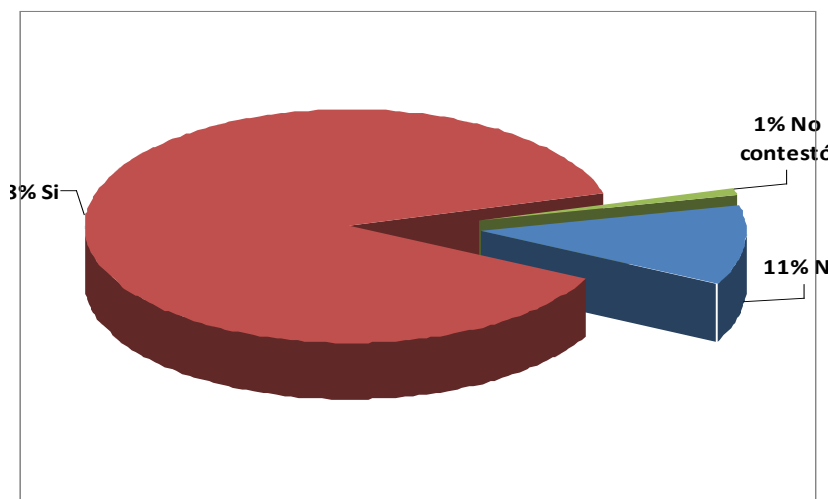
Tabla N° 23: Opinión sobre la posibilidad de la prevención del dopaje, según deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Posibilidades	Frecuencia	Porcentaje
No	172	11.1
Si	1364	88.1
No contestó	12	0.7
Total	1548	100.0

Fuente: datos propios

El 88% de los consultados opina que se podría prevenir el uso de drogas en la actividad deportiva y el 11% restante no. Se tuvo un 1% de no respuesta.

Gráfico N° 20: Opinión sobre la posibilidad de la prevención del dopaje, según deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: Datos tabla N° 23

➤ Si tu respuesta fue afirmativa, responde ¿Cómo?

En la construcción de la posibilidad de la prevención del doping en el dopaje, está implícita la forma de llevarla a cabo, por ello los encuestados dan a conocer distintas posibilidades, ellas son:

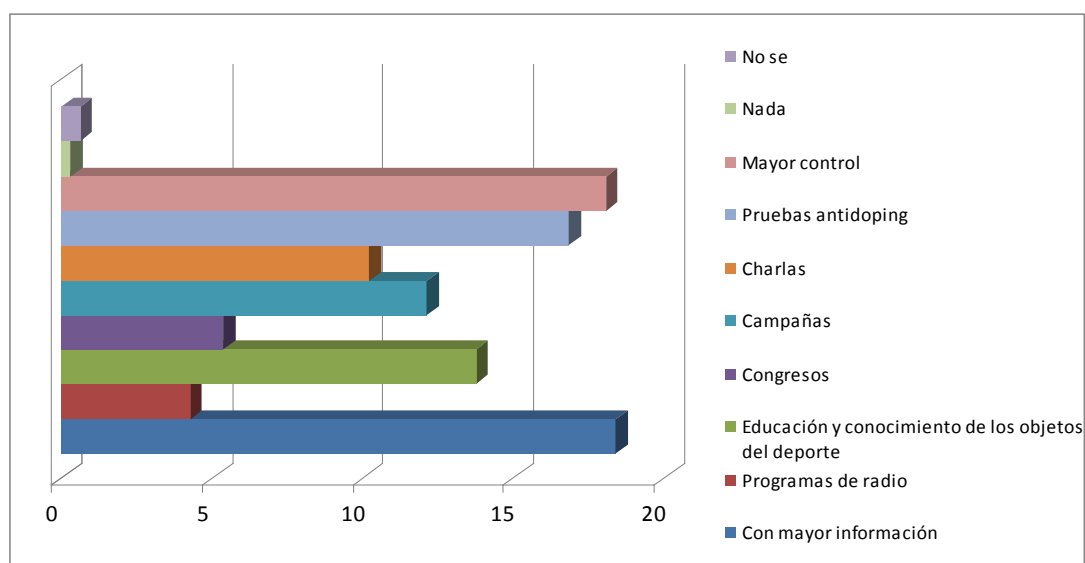
Tabla N° 24: Opinión sobre como debe prevenirse el doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Formas de prevención	Frecuencia	Porcentaje
1. Con mayor información	441	18.3
2. Programas de radio	102	4.2
3. Educación y conocimiento de los objetivos del deporte	330	13.7
4. Congresos	129	5.3
5. Campañas	291	12
6. Charlas	245	10.2
7. Pruebas antidoping	404	16.7
8. Mayor control	433	18.0
9. Nada	7	0.2
10. No se	15	0.62
Total	2397	100.0

Fuente: Datos propios.

La opción “*con mayor información*” fue elegida por el 18%, le sigue “*mayor control*” con un 18%, luego “*pruebas antidoping*” con un 17 %, “*educación y conocimiento de los objetivos del deporte*” con un 14 %, “*campañas*” con un 12 % y “*charlas*” con un 10 %, aunque otros mencionan *congresos* 5% y *programas de radio* 4%. El 1% manifestó que no sabía.

Gráfico N° 21: Opinión sobre como debe prevenirse el doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: datos tabla N° 24

18- Si un amigo o compañero deportista hace uso de drogas para aumentar su performance, ¿qué harías?

Las siguientes cuestiones pueden ser las respuestas ante una situación de doping de un deportista amigo o compañero:

Tabla N° 25: Comportamiento que asumirían frente a un compañero deportista que se dopa, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

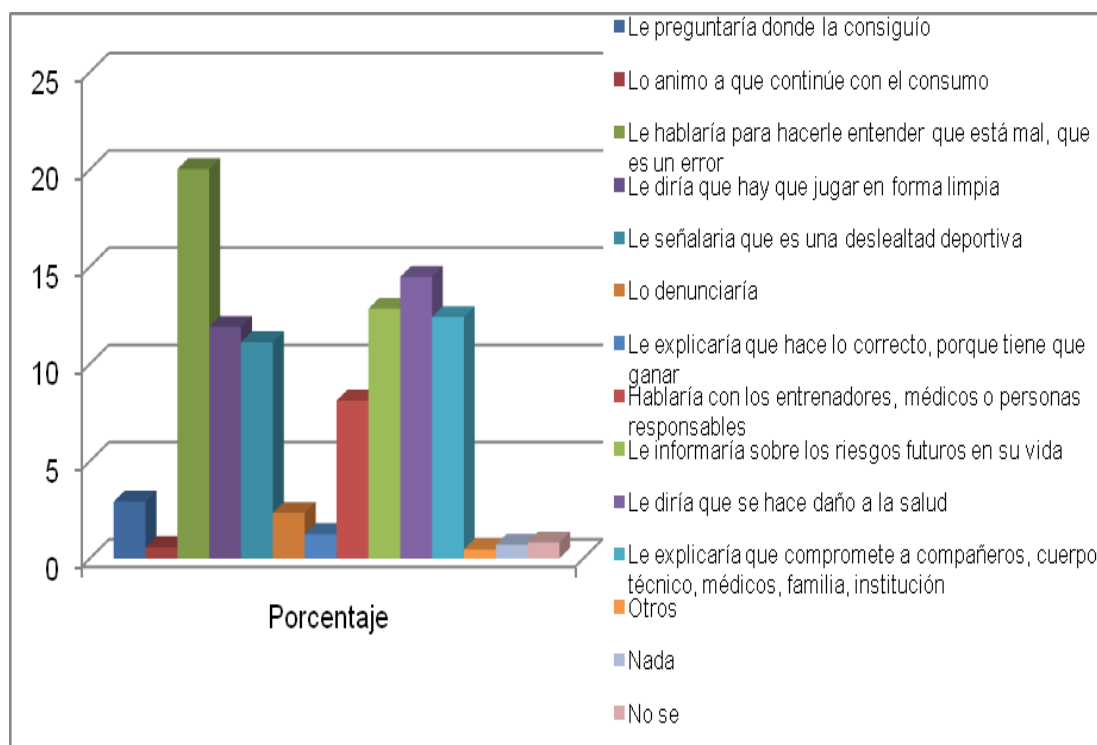
Comportamiento ante el dopaje de un compañero	Frecuencia	Porcentaje
1. Le preguntaría dónde la consiguió	75	2.9
2. Lo animo a que continúe con el consumo	15	0.58
3. Le hablaría para hacerle entender que está mal, que es un error	513	20.0
4. Le diría que hay que jugar en forma limpia	305	11.9
5. Le señalaría que es una deslealtad deportiva	285	11.1
6. Lo denunciaría	60	2.3
7. Le explicaría que hace lo correcto, porque tiene que ganar	32	1.2
8. Hablaría con los entrenadores, médicos o personas responsables	208	8.1
9. Le informaría sobre los riesgos futuros en su vida	329	12.8
10. Le diría que se hace daño a la salud	371	14
11. Le explicaría que compromete a compañeros, cuerpo técnico, médicos, familia, institución	318	12
12. Otros	12	0
13. Nada	18	1
14. No se	21	1
Total	2562	100.0

Fuente: datos propios

La opción *“le hablaría para hacerle entender que está mal, que es un error”*, fue elegida un 20% de las veces, le sigue *“le diría que se hace daño a la salud”* con un 14%, luego *“le informaría sobre los riesgos futuros en su vida”* con un 13%, *“le explicaría que compromete a compañeros, cuerpo técnico, médicos, familia, institución”* con un 12%, *“le diría que hay que jugar en forma limpia”* con un 12% y *“le señalaría que es una deslealtad deportiva”* con un 11%. Otro grupo manifiestan que *“hablarían con los entrenadores, médicos o personas responsables”* 8%, en cambio otros lo *“denunciarían”* 2%, aunque hay un porcentaje muy bajo que dicen que *“no harían nada”* 1% y otros que no saben que harían 1%.-

Ahora se puede observar el siguiente

Gráfico N° 22: Comportamiento que asumirían frente a un compañero deportista que se dopa, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: Datos tabla N° 25

19- Según tu opinión ¿quién o quiénes incentivan el consumo de drogas en el deporte?

De la lectura de la tabla sobre quienes incentivan el dopaje en el deporte, los deportistas de la Provincia de Córdoba, sostienen que:

La opción “*el propio deportista*” fue elegida con un 16%, luego “*ambiente y sociedad*” con un 15%, “*representante de jugadores*” con un 9%, “*amigos*” con un 8%, “*grandes empresas (sponsors)*” con un 8%, “*entrenador*” con un 7% y finalmente “*preparador físico*” con un 6%, entre los más frecuentes. También aparecen los “*medios de comunicación*” y las “*barras o hinchada*” con un 5% cada una, los “*dueños de los equipos*” 4%, luego el “*médico*”, el “*presidente del club*”, “*director técnico*” y el “*asesor*” con un 3% cada uno, en último lugar “*los padres*” y el “*kinesiólogo*” con 1%, aunque el 2% *no contestó*.

En la siguiente tabla y gráfico se encuentran los datos de lo anteriormente analizado:

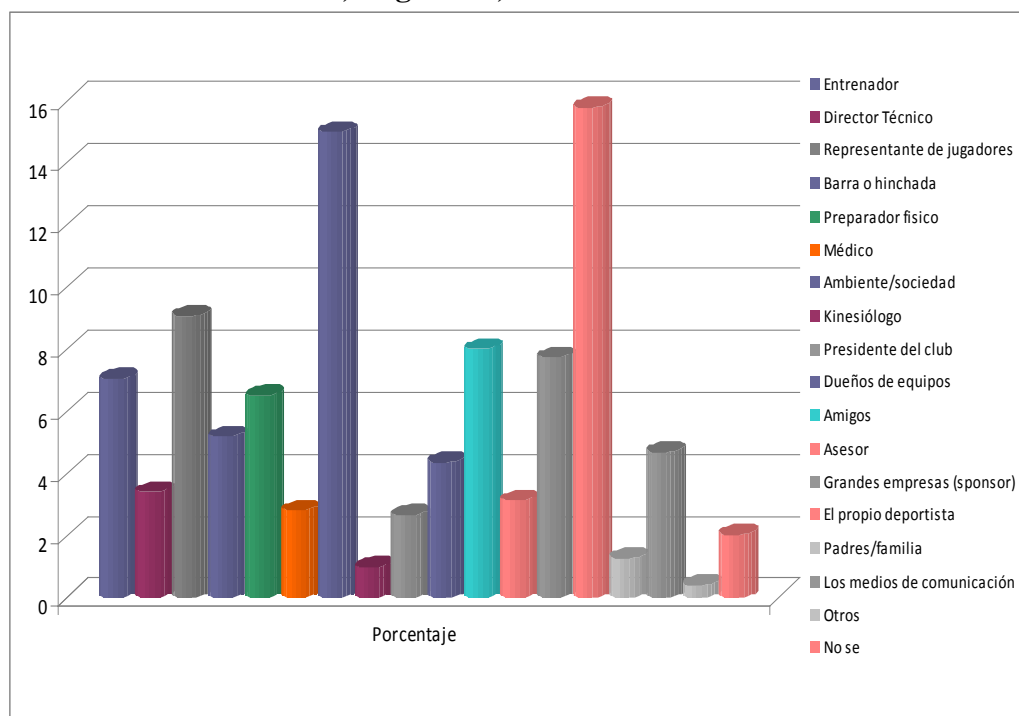
Tabla N° 26: Opinión sobre quienes incentiva el doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Prevención del doping	Frecuencia	Porcentaje
1. Entrenador	178	7.0
2. Director técnico	86	3.4
3. Representante de jugadores	229	9.0
4. Barra o hinchada	131	5.1
5. Preparador físico	164	6.4
6. Médico	71	2.8
7. Ambiente/sociedad	378	14.9
8. Kinesiólogo	25	0.9
9. Presidente del club	67	2.6
10. Dueños de equipos	110	4.3
11. Amigos	202	8.0
12. Asesor	79	3.1
13. Grandes empresas (sponsors)	195	7.7
14. El propio deportista	398	15.7
15. Padres/familia	32	1.2
16. Los medios de comunicación	118	4.6
17. Otros	10	0.3
18. No se	51	2.0
Total	2524	100.0

Fuente: datos propios

También se puede lograr una mejor interpretación mediante la observación y el análisis del siguiente gráfico:

Gráfico N° 23: Opinión sobre quienes incentiva el doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: Datos tabla N° 26

20- ¿Realmente crees que las drogas que consume un deportista son peligrosas para la salud y la vida?

Algunas de las razones que se atribuyen al rechazo del dopaje están circunscritas alrededor de la salud y la vida, por ello es fundamental conocer cuales son las decisiones de los deportistas de la Provincia de Córdoba.

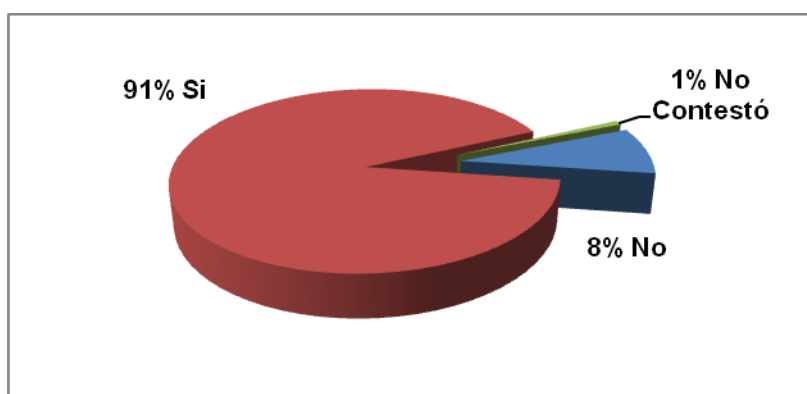
Tabla N° 27: Creencia sobre la peligrosidad de las drogas para la salud, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Creencias	Frecuencia	Porcentaje
No	130	8.3
Si	1404	90.6
No contestó	14	0.9
Total	1548	100.0

Fuente: datos propios

El 91% de los encuestados opina que las drogas que consume un deportista son peligrosas para la salud y la vida y el 8% restante no lo considera así. Hubo un 1% de no respuesta.

Gráfico N° 24: Creencia sobre la peligrosidad de las drogas para la salud, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: datos tabla N° 27

Casi la totalidad de los deportistas consideran que el dopaje genera problemas en la salud de todo deportista y que puede perder su vida por los efectos de las sustancias que usa indebidamente. Entonces, ahora formulamos otra cuestión:

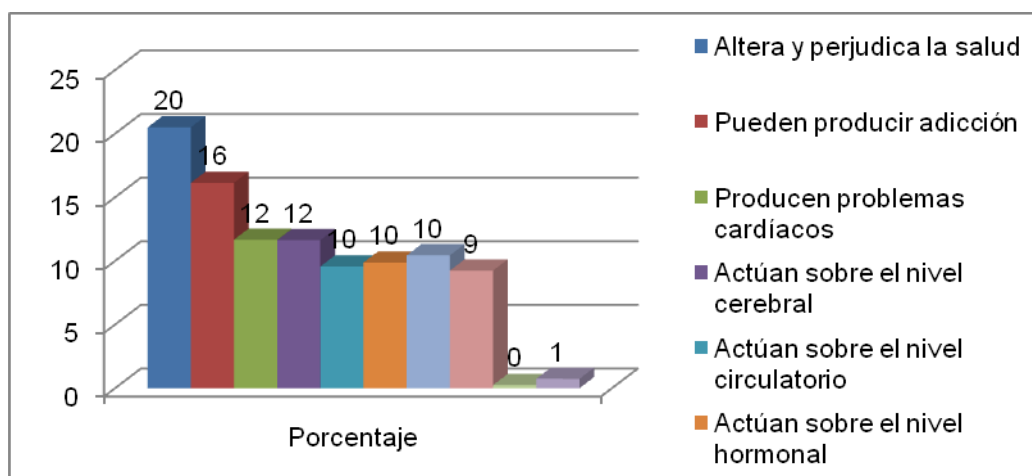
➤ **Si es afirmativa ¿por qué?**

Tabla N° 28: Razones que justifican la peligrosidad de las drogas en el doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Peligrosidad ¿por qué?	Frecuencia	Porcentaje
1. Altera y perjudica la salud	583	20.4
2. Pueden producir adicción	459	16.1
3. Producen problemas cardíacos	332	11.6
4. Actúan sobre el nivel cerebral	331	11.6
5. Actúan sobre el nivel circulatorio	272	9.5
6. Actúan sobre el nivel hormonal	281	9.8
7. Te alteran emocionalmente	299	10.5
8. Pueden generar muerte prematura	263	9.2
9. Otras	5	0.1
10. No se	21	0.7
Total	2846	100.0

Fuente: datos propios

Gráfico N° 25: Razones que justifican la peligrosidad de las drogas en el doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: datos tabla N° 28

La opción “*altera y perjudica la salud*” fue elegida con una frecuencia del 20%, le sigue “*pueden producir adicción*” con un 16%, “*producen problemas cardíacos*” y “*actúan sobre el nivel cerebral*” ambas opciones con un 12% cada una. Luego “*te alteran emocionalmente*” con un 11%, “*actúan a nivel hormonal*” con un 10%, “*actúan a nivel circulatorio*” con un 10% y finalmente “*pueden generar muerte prematura*” con un 9%. Hubo un 1% de frecuencia para la opción “*no se*”.

21- ¿Crees que se exagera mucho cuando se habla de los efectos perjudiciales de las drogas en el deporte?

Dentro del ámbito deportivo es necesario determinar si se aborda el tema del doping y en que dimensión lo hacen, por ello en la siguiente

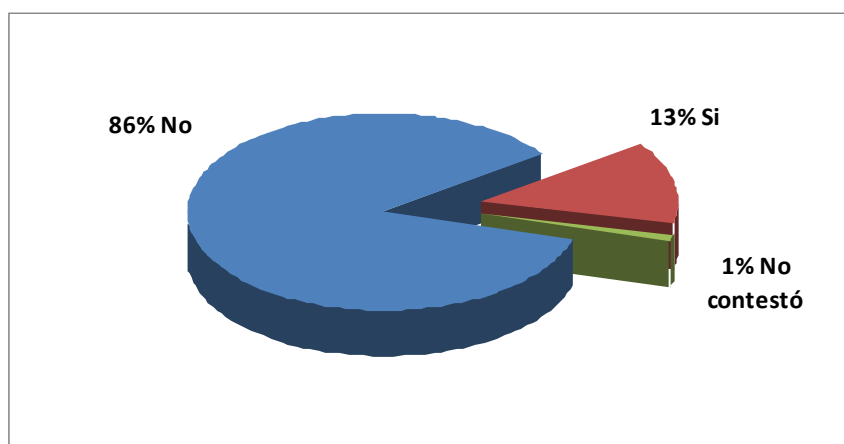
Tabla N° 29: Opinión sobre si se exagera cuando se habla de los efectos perjudiciales de las drogas en el deporte, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Exageran	Frecuencia	Porcentaje
No	1324	85.5
Si	206	13.3
No contestó	18	1.1
Total	1548	100.0

Fuente: datos propios

El 86% de los encuestados opina que no se exagera cuando se habla sobre los efectos perjudiciales de las drogas en el deporte, un 13% dijo que si y un 1% no contestó.

Gráfico N° 26: Opinión sobre si se exagera cuando se habla de los efectos perjudiciales de las drogas en el deporte, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: datos tabla N° 29

➤ Si tu respuesta es si, señala una o varias opciones, ¿quiénes exageran?

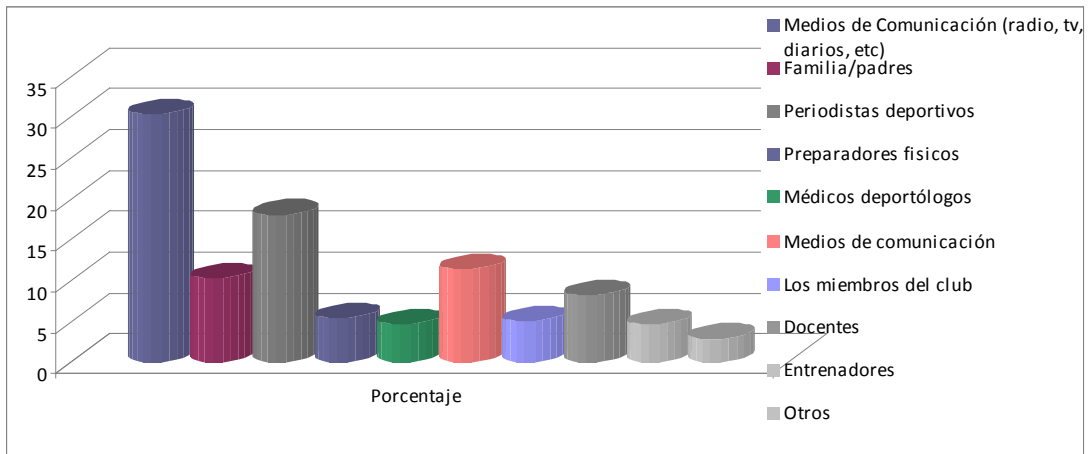
Tabla N° 30: Opinión de quienes exageran en relación a los efectos perjudiciales del doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Los que exageran son	Frecuencia	Porcentaje
1. Medios de comunicación (radio, TV, diarios, etc.)	86	30.2
2. Familia/padres	29	10.2
3. Periodistas deportivos	51	17.9
4. Preparadores físicos	15	5.2
5. Médicos deportólogos	13	4.57
6. Medios de comunicación	32	11.2
7. Los miembros del club	14	4.9
8. Docentes	23	8.0
9. Entrenadores	13	4.57
10. Otros	8	2.8
Total	284	100.0

Fuente: datos propios

“Medios de comunicación (radio, TV, diarios, etc.)” registra el 30% de las elecciones y “Periodistas deportivos” con un 18%, los medios de comunicación el 11%, los docentes o profesores el 8%, preparador físico, entrenadores y médicos deportólogos el 5% cada uno, entre otros.

Gráfico N° 27: Opinión de quienes exageran en relación a los efectos perjudiciales del doping, según los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: datos tabla N° 30

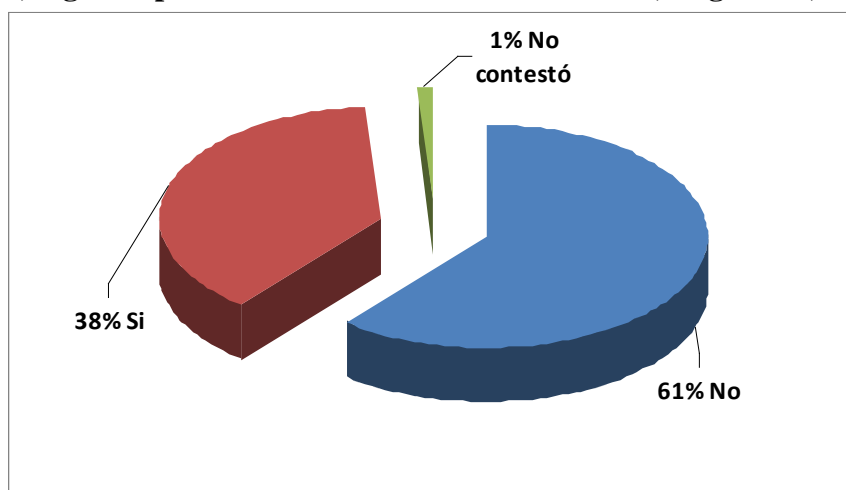
22- ¿En el ámbito donde practicas tu deporte, los instructores, preparadores físicos, médicos, profesores, hablan sobre el doping?

Tabla N° 31: Conocimiento sobre el abordaje del tema doping en su realidad deportiva, según deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Tratan doping	Frecuencia	Porcentaje
No	938	60.5
Si	582	37.2
No contesto	28	1.4
Total	1548	100.0

Fuente: datos propios

Gráfico N° 28: Conocimiento sobre el abordaje del tema doping en su realidad deportiva, según deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: Datos tabla N° 31

El 61% de los encuestados opina que los instructores, preparadores físicos, médicos, profesores no hablan sobre el doping en el ámbito donde practican el deporte, un 38% dijo que *si* y el 1% restante *no sabe*.

➤ **Si tu respuesta es afirmativa ¿sobre qué temas hablan?**

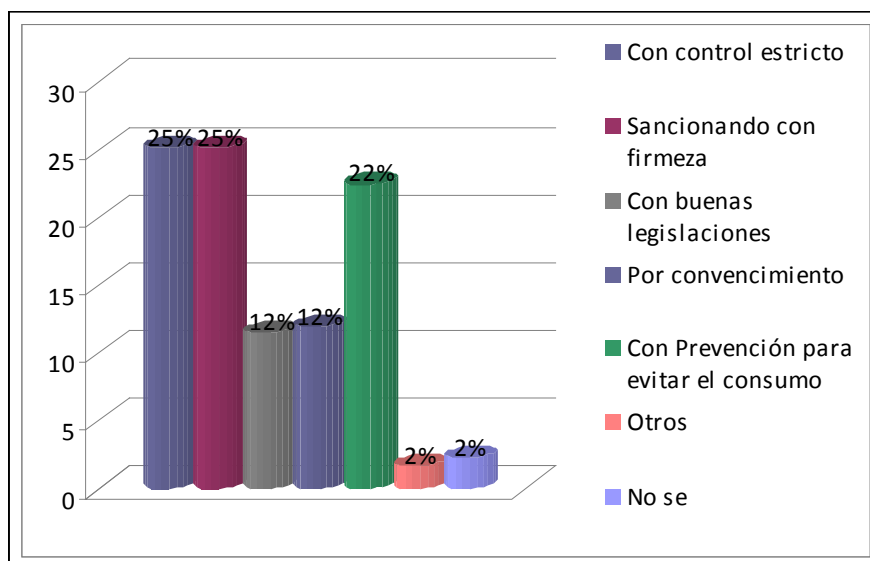
Tabla N° 32: Explicación de los temas que se hablan sobre dopaje, según deportistas de Córdoba, Argentina, 2009.

Temas que hablan	Frecuencia	Porcentaje
1. Sobre los pro y contra del uso del dopaje	458	52.8
2. Que aumentan la fuerza y la resistencia	146	16.8
3. Que aumentan el volumen muscular	126	14.5
4. Que no tiene efectos adversos	48	5.5
5. Otros	64	7.3
6. No se	24	2.7
Total	866	100.0

Fuente: datos propios

Los temas que se hablan sobre el dopaje son: “*sobre los pro y contra del uso del dopaje*” fue la opción más elegida con un 29%, luego con un 17% que “*aumenta la fuerza y la resistencia*”, con “*aumento del volumen muscular*” un 15%, que “*no tiene efectos adversos*” 6%, en cambio otros temas el 7% y “*no sabían*” el 3%.

Gráfico N° 29: Explicación de los temas que se hablan sobre dopaje, según deportistas de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: datos tabla N° 32

➤ **¿Cuándo?** Es de importancia determinar cuando se plantean los temas sobre el dopaje

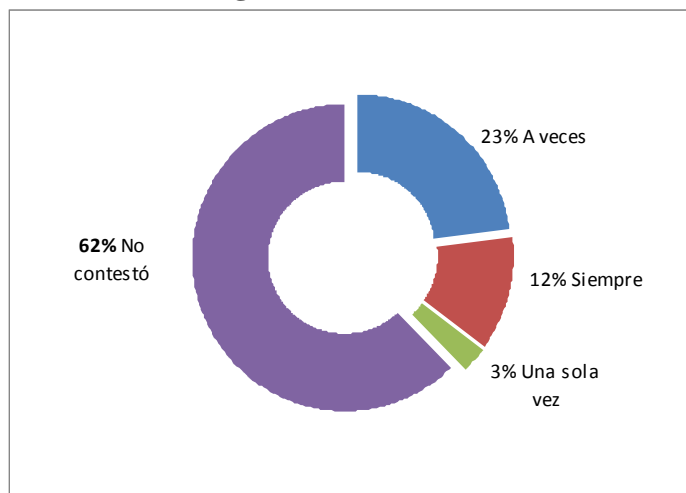
Tabla N° 33: Momentos en que se plantean temas de dopaje, según deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Cuando	Frecuencia	Porcentaje
A veces	363	22.9
Siempre	180	11.6
Una sola vez	42	3.3
No contestó	963	62.2
Total	1548	100.0

Fuente: datos propios

La opción “a veces” se presentó en un 23%, “siempre” un 12%, “una sola vez” 3%. Hubo un 62% de *no respuesta*.

Gráfico N° 30: Momentos en que se plantean temas de dopaje, según deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: Datos tabla N° 33

➤ **Si tu respuesta es negativa ¿por qué crees que no lo hacen?**

Tabla N° 34: Opiniones sobre el “no” tratamiento del tema del doping, según deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009

No tratan el tema, por que...	Frecuencia	Porcentaje
1. Porque no les interesa	236	16.8
2. No están informados	222	15.8
3. No tienen preparación adecuada sobre el tema	298	21,2
4. Piensan que nadie en su equipo se dopa	488	34.8
5. Otras	46	3.2
6. No se	110	7.8
Total	1400	100.0

Fuente: datos propios

Gráfico N° 31: Opiniones sobre el no tratamiento del tema del doping, según deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: Datos tabla N° 34

De los encuestados que dijeron que los instructores, preparadores físicos, médicos, profesores no hablan sobre el doping en el ámbito donde practican el deporte, creen que es porque “*piensan que nadie en su equipo se dopa*” (35%), “*no tienen preparación adecuada sobre el tema*” (21%), “*porque no les interesa*” (17%) y finalmente “*no están informados*” (16%). Un 8% no sabe.

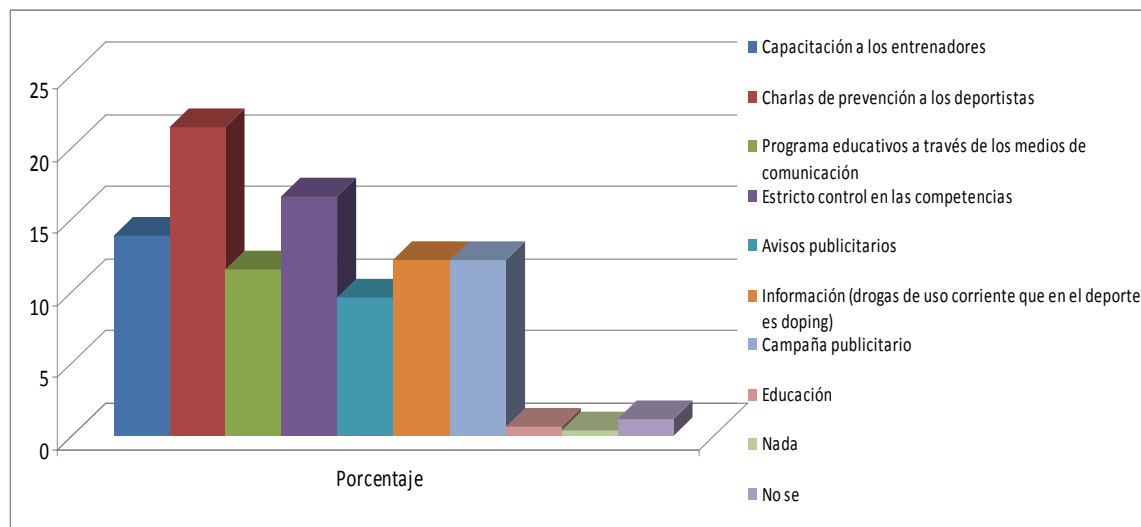
23- ¿Qué cosas harías para evitar el consumo de sustancias o la práctica de otros métodos en el deporte?

Tabla N° 35: Acciones ha desarrollar para evitar el doping en el deporte, según deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Acciones para evitar el doping	Frecuencia	Porcentaje
1. Capacitación a los entrenadores	328	13.8
2. Charlas de prevención a los deportistas	506	21.3
3. Programas educativos a través de los medios de comunicación	271	11.4
4. Estricto control en las competencias	398	16.8
5. Avisos publicitarios	228	9.6
6. Información (drogas de uso corriente que en el deporte es doping)	290	12.2
7. Campañas publicitarias	289	12.2
8. Educación	16	0.6
9. Nada	9	0.3
10. No se	30	1.3
Total	2365	100.0

Fuente: datos propios

Gráfico N° 32: Acciones ha desarrollar para evitar el doping en el deporte, según deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: datos tabla N° 35

La opción “charlas de prevención a los deportistas” fue elegida en un 21 %, le sigue “estricto control en las competencias” con un 17%, “capacitación a los entrenadores” con un 14 %. Las opciones “información (drogas de uso corriente que en el deporte es doping)” y “campañas publicitarias” fueron elegidas ambas con un 12 % cada una, “programas educativos a través de los medios de comunicación” un 11 % y “avisos publicitarios” con un 10 %, con “educación” 1% y no saben 2%

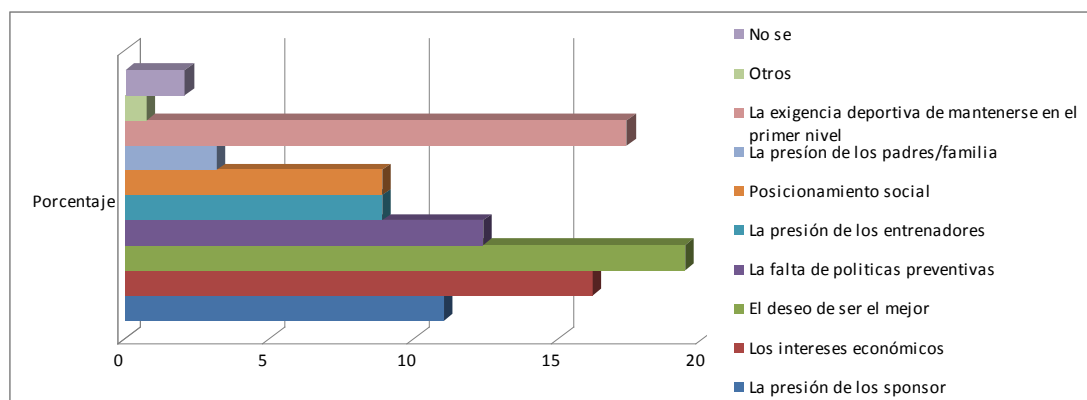
24- Desde tu apreciación de la realidad deportiva: ¿Cuáles son las dificultades que existen para reducir el uso de drogas en el deporte?

Tabla N° 36: Apreciación sobre las dificultades para reducir el uso de drogas en la realidad deportiva, según deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Dificultades reducir dopaje	Frecuencia	Porcentaje
1. La presión de los sponsors	230	10.9
2. Los intereses económicos	338	16,1
3. El deseo de ser el mejor	405	19.3
4. La falta de políticas preventivas	259	12.3
5. La presión de los entrenadores	186	8.8
6. Posicionamiento social	186	8.8
7. La presión de los padres/familia	66	3.1
8. La exigencia de mantenerse en el primer nivel	363	17.3
9. Otros	15	0.7
10. No se	43	2.0
Total	2091	100.0

Fuente: datos propios

Gráfico N° 33: Apreciación sobre las dificultades para reducir el uso de drogas en la realidad deportiva, según deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: Datos tabla N° 36

Las opción “el deseo de ser el mejor” obtuvo el mayor porcentaje que fue del 19 %, “la exigencia deportiva de mantenerse en el primer nivel” con un 17%, “los intereses económicos” con un 16 %, “la falta de políticas preventivas” con un 12 %, la “presión de los sponsors” con un 11 %. Finalmente “la presión de los entrenadores” y “posicionamiento social” con un 9 % cada una, la presión de padres/ familia 3% y no respondieron 2%.

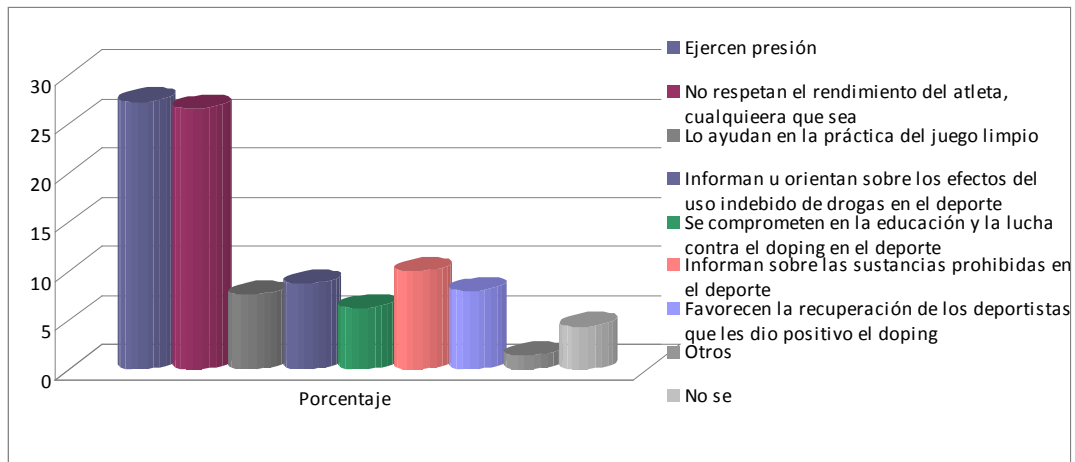
25- Los periodista deportivos de los distintos medios de comunicación, ¿cómo afectan al deportista con sus comentarios?

Tabla N° 37: Opinión de la forma que los periodistas deportivos afectan con sus comentarios al deportista, según deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009

Forma que afectan comentarios periodísticos	Frecuencia	Porcentaje
1. Ejercen presión	774	27
2. No respetan el rendimiento del atleta, cualquiera que sea	754	26.5
3. Lo ayudan en la práctica del juego limpio	216	7.5
4. Informan u orientan sobre los efectos del uso indebido de drogas en el deporte	258	9.0
5. Se comprometen en la educación y la lucha contra el doping en el deporte	178	6
6. Informan sobre las sustancias prohibidas en el deporte	274	9.6
7. Favorecen la recuperación de los deportistas que les dio positivo el doping	226	7.9
8. Otros	40	1.4
9. No se	124	4.3
Total	2804	100.0

Fuente: datos propios

Gráfico N° 34: Opinión de la forma que los periodistas deportivos afectan con sus comentarios al deportista, según deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009



Fuente: Datos tabla N° 37

La opción “*ejercen presión*” fue elegida con un 27 %, luego “*no respetan el rendimiento del atleta, cualquiera que sea*” con un 27%, “*informan sobre las sustancias prohibidas en el deporte*” con un 10%, “*informan u orientan sobre los efectos del uso indebido de drogas en el deporte*” con un 9 %, “*favorecen la recuperación de los deportistas que les dio positivo el doping*” con un 8 %, “*lo ayudan en la práctica del juego limpio*” con un 8 %, se “*comprometen en la educación y lucha contra el dopaje*” sólo el 6% y no saben 4%.

4.2.1.-ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

El estudio de las representaciones sociales privilegia el análisis de los discursos, motivo por el cual la entrevista se convierte en la técnica que valoriza la actividad de la persona interrogada. Para conocer el pensamiento, conocimientos y conductas sobre el doping de personas relacionadas directamente con los deportistas. Todos vinculados al deporte, responsables directos de los deportistas en distintos espacios (clubes, escuelas de formación deportiva, gimnasios, sociedades de fomento, etc.) constituyen una población importante para revelar el pensamiento instalado sobre ese fenómeno y realizar actividades de prevención.

Los resultados se basan en 145 entrevistas realizadas a entrenadores, médicos deportólogos, periodistas deportivos, que pertenecen a la ciudad y provincia de Córdoba. La información fue recogida a partir de algunas preguntas consideradas claves, como ¿Cómo define al doping? ¿Quién incentiva el doping? ¿Por qué?, etc. Las respuestas nos permiten reconocer la matriz representacional que poseen los

encuestados. Con la aplicación de esta técnica permite la determinación central y lateral de las Representaciones Sociales, esto significa que, cuando analizamos el discurso elaborado por la persona entrevistada, su situación personal fue vista a la luz del entramado social, deportivo y cultural en la que está inserta, por lo que dicho análisis no se orienta por las características de su situación personal, sino por los condicionamientos ideológicos de su proceso motivacional.

Expondremos un análisis a modo de síntesis de los datos analizados en el estudio, en relación a cada una de las dimensiones antes mencionadas.

1º.-Ante la pregunta ¿Cómo define al doping?

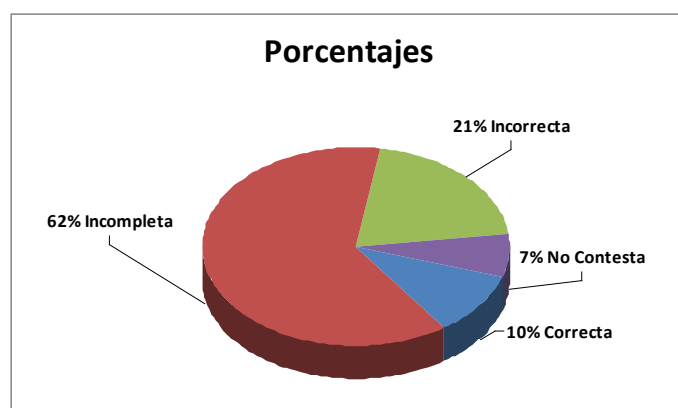
Tabla N° 38: Definición de doping, según las personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009

Doping	Frecuencia	Porcentajes
Correcta	15	10.3
Incompleta	90	62.0
Incorrecta	30	20.6
No Contesta	10	6.8
Total	145	100.0

Fuente: datos propios

La mayoría de los entrevistados lo asocian con el control que se le hace al deportista, otro gran número de respuestas estuvieron incompletas, un muy bajo porcentaje los hizo bien y algunos manifestar que no sabían.

Gráfico N° 35: Definición de doping, según las personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009



Datos: Tabla N° 38

Desde el análisis de las definiciones se logran identificar los elementos representacionales de las mismas, ellos son:

Tabla N° 39: Elementos que estructuran el concepto de doping, por personas relacionadas con deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina. 2009.

Elementos del concepto de doping	Frecuencia	Porcentaje
1. Proceso artificial	170	33.7
2. Efectos que produce	166	32.9
3. Contra los valores deportivo/ley	50	9.9
4. Proceso peligroso para salud	118	23.4
Total	504	100.0

Fuente: datos propios

Para los entrevistados en las definiciones del doping se observan elementos como: “*un proceso artificial*” por el consumo de sustancias con 34%, para el 33% mencionan “*los efectos que produce*” (mayor rendimiento, energía, etc.), para un 23% remarcan los “*aspectos perjudiciales a la salud*” y un 10% menciona aspectos que van “*contra los valores deportivos y la ley*”.

2°.-Luego se abordó el nivel de **importancia que le otorgan al doping**, la mayoría respondió afirmativamente, y cuando se les solicita que fundamenten, lo hacen de la siguiente manera.

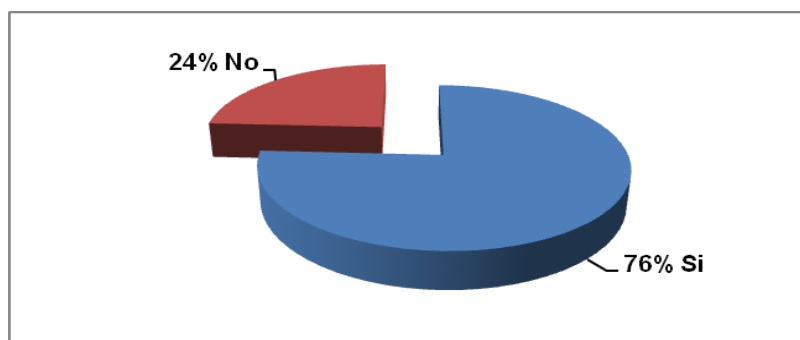
Tabla N° 40: Opinión sobre la importancia que le otorgan al dopaje, según las personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009

Importante	Frecuencia	Porcentaje
Si	110	75.8
No	35	24.1
Total	145	100.0

Fuente: Datos propios

Para observar con mayor claridad el nivel de importancia que se le otorga al fenómeno del dopaje, presentamos el siguiente:

Gráfico N° 36: Opinión sobre la importancia que le otorgan al dopaje, según las personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009



Fuente: Tabla N° 39

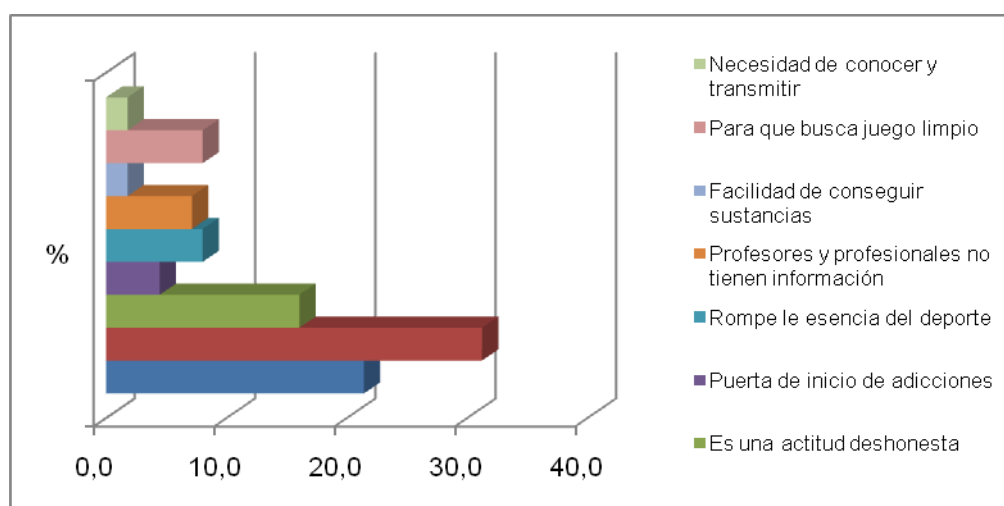
Tabla N° 41: Razones sobre la importancia que le otorgan al dopaje, según las personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009

Respondieron SI ¿Por qué?	Frecuencia	Porcentaje
1 Por la deslealtad	24	21,4
2 Perjudicial a la Salud	35	31,3
3 Es una actitud deshonestas	18	16,1
4 Puerta de inicio de adicciones	5	4,5
5 Rompe la esencia del deporte	9	8,0
6 Profesores y profesionales no tienen información	8	7,1
7 Facilidad de conseguir sustancias	2	1,8
8 Para que busca juego limpio	9	8,0
9 Necesidad de conocer y transmitir	2	1,8
Total	112	100.0

Fuente: Datos propios

Si es importante porque lo “perjudicial a la salud” 31,4%, por “la deslealtad” 21 %, es una “actitud deshonestas” 16,1%, “rompe la esencia del deporte” 8%, para que “haya un juego limpio” 8%, “profesores y profesionales del deporte no tienen información” 7 % y entre otros reconocieron que es la “puerta de inicio de adicciones” 5%, la “facilidad de conseguir las sustancias” 2 %, “carencia de conocimientos y de recibir los mismos” 2 %.

Gráfico N° 37: Razones sobre la importancia que le otorgan al dopaje, según las personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009



Fuente: Datos tabla N° 41

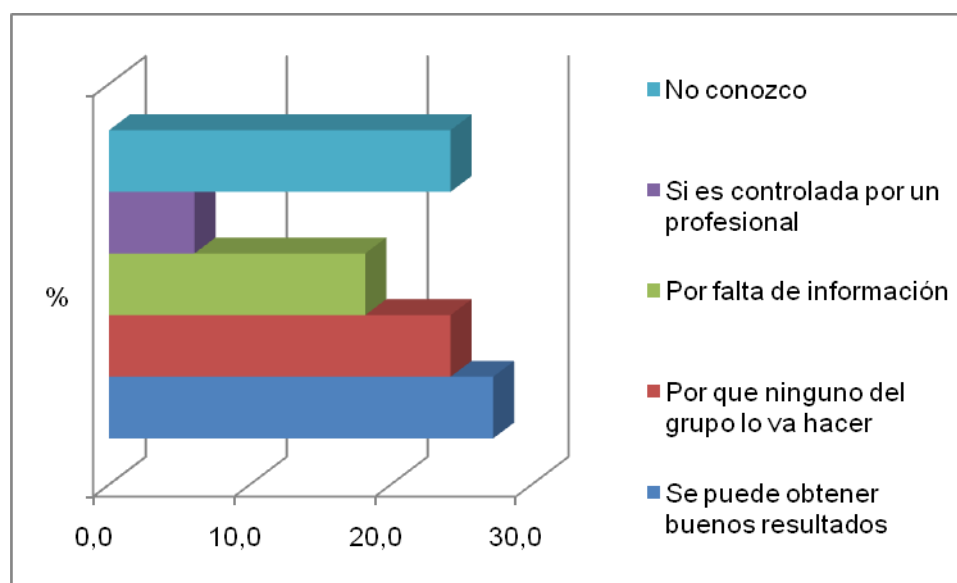
Tabla N° 42: Razones sobre la no importancia que le otorgan al dopaje, según las personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009

Respondieron NO ¿Por qué?	Frecuencia	Porcentaje
1 Se puede obtener buenos resultados	9	27,3
2 Porque ninguno del grupo lo va hacer	8	24,2
3 Por falta de información	6	18,2
4 Si es controlada por un profesional	2	6,1
5 No conozco	8	24,2
Total	33	100

Fuente: datos propios

También es importante de considerar a los que respondieron negativamente y justificaron porque se pueden obtener buenos resultados, porque ninguno del grupo al cual dirige lo va hacer, por falta de información, aunque hay un porcentaje considerable de los que dicen no conocer.

Gráfico N° 38: Razones sobre la no importancia que le otorgan al dopaje, según las personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009



Fuente: datos tabla N° 42

3°.- ¿Qué sustancias o técnicas se utilizan en el dopaje?

Los entrevistados reconocen entre las sustancias o técnicas diversas, a veces confunden o desconocen sus significados.

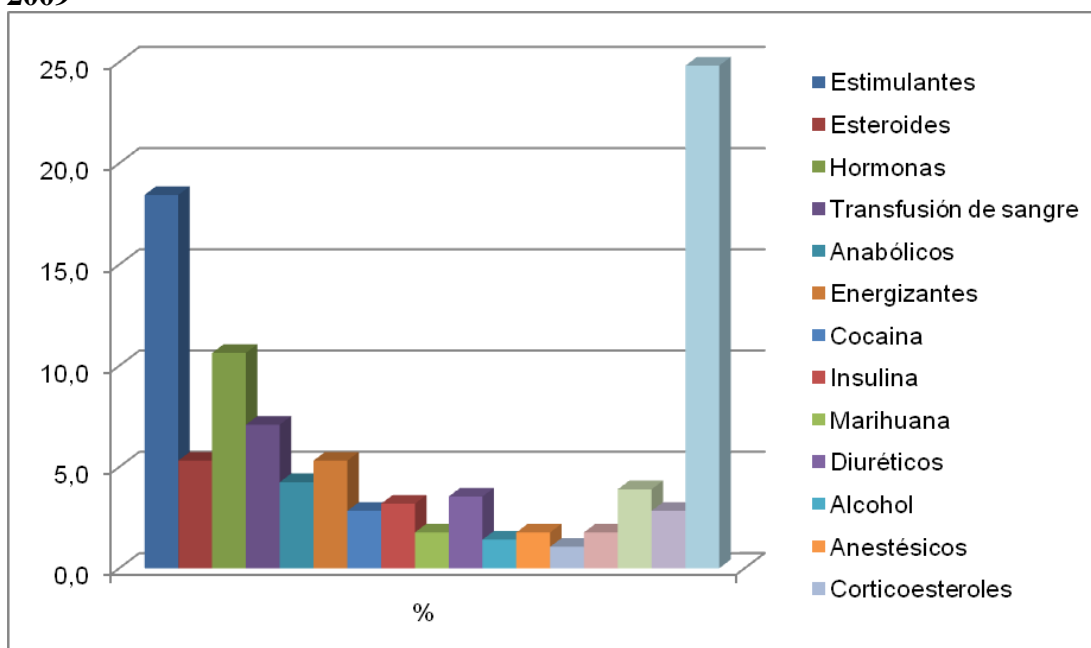
La sustancia más mencionada fue “estimulantes” con un 18%, “las hormonas” con un 11%, “transfusión de sangre” con un 7%, los “esteroides y energizantes” con un 5% cada uno, luego los “anabólicos” con un 4%, el “examen de orina” con un 4%, “diuréticos” con 4%, “cocaína” y “análisis de sangre” con un 3%, “marihuana”, “anestésicos” y “medicamentos” con un 2% cada uno, “alcohol” 1,4% y “corticoides” 1% y un 25 % respondió que *no sabía*. Observando la tabla y gráfico:

Tabla N° 43: reconociendo de sustancias o técnicas que utilizan en el dopaje, según las personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009

Sustancia o Técnica	Frecuencia	Porcentaje
Estimulantes	52	18,4
Esteroides	15	5,3
Hormonas	30	10,6
Transfusión de sangre	20	7,1
Anabólicos	12	4,3
Energizantes	15	5,3
Cocaína	8	2,8
Insulina	9	3,2
Marihuana	5	1,8
Diuréticos	10	3,5
Alcohol	4	1,4
Anestésicos	5	1,8
Corticoesteroles	3	1,1
Medicamentos	5	1,8
Examen de orina	11	3,9
Análisis de sangre	8	2,8
No se	70	24,8
Total	282	100

Fuente: datos propios.

Gráfico N° 39: reconociendo de sustancias o técnicas que utilizan en el dopaje, según las personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009



Fuente: Datos tabla N° 43

4º.-En su actividad deportiva ¿Ud. informa o habla sobre el uso indebido de drogas en el deporte?

Es asombroso comprobar que las personas que se relacionan con los deportistas y que cumplen roles destacados en la preparación física, psicológica y deportiva no aborden temas fundamentales en esta época donde cada día son más frecuentes los casos de doping y que generan la pérdida de grandes valores deportivos.

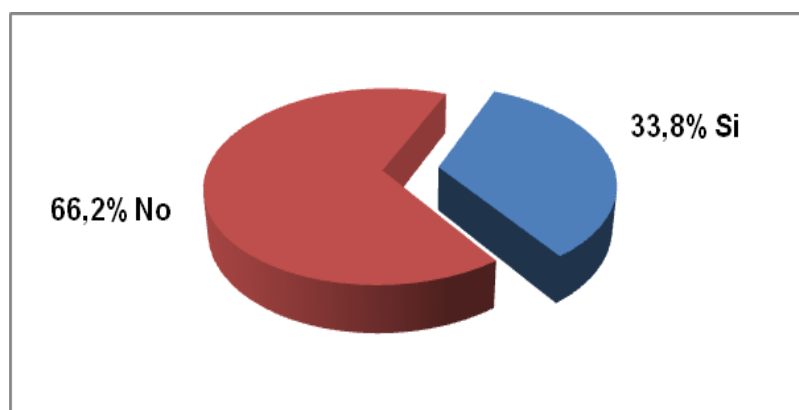
Tabla N° 44: Conocimiento sobre si se informa o habla sobre el uso indebido de drogas en el deporte, según las personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	49	33,8
NO	96	66,2
Total	145	100.0

Fuente: datos propios

Sólo el 34 % reconoce que *informa o habla sobre el doping* y fundamenta explicando solamente como la hace. “*No hablan*“ el 34%

Gráfico N° 40: Conocimiento sobre si se informa o habla sobre el uso indebido de drogas en el deporte, según las personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009



Fuente: datos tabla N° 44

➤ Si la respuesta es si, ¿Cómo?

Cuando afirman que se habla sobre el doping en su espacio deportivo es necesario saber cuales son las estrategias que se implementan.

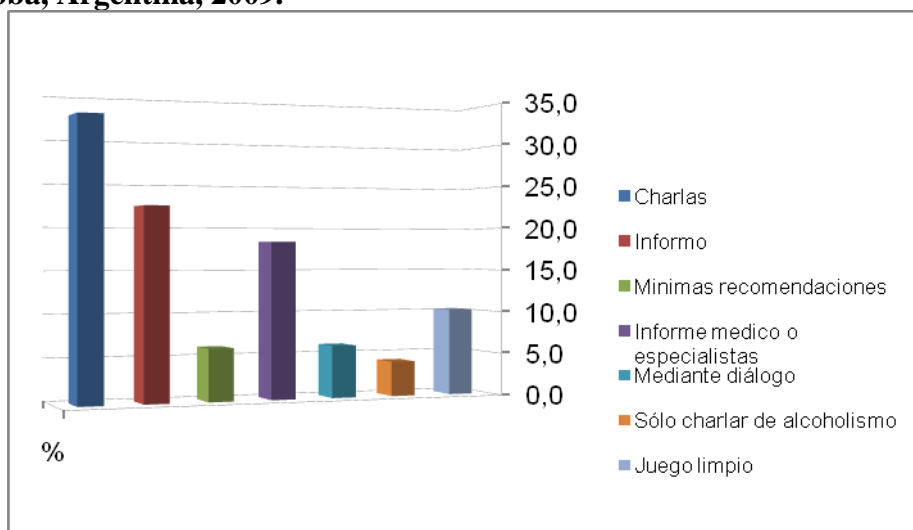
Tabla N° 45: Formas en que informan sobre el uso indebido de drogas en el deporte, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Formas de informar	Frecuencia	Porcentaje
1 Charlas	16	32,7
2 Informo	11	22,4
3 Mínimas recomendaciones	3	6,1
4Informe médico o especialistas	9	18,4
5 Mediante diálogo	3	6,1
6 Sólo charlar de alcoholismo	2	4,1
7 Juego limpio	5	10,2
Total	49	100.0

Fuente: datos propios.

Entre ellos predominan las “charlas” con 33%, datos “informaciones” un 22%, “recurriendo a especialistas” 18%, y desarrollando aspectos de ofrecer un “juego limpio” 10%, también ofreciendo “mínimas explicaciones” y generando “diálogos en algunas circunstancias con los deportistas” con 6% cada una y para un número reducido estos abordajes están centrados en “charlas sobre alcoholismo” 4%. Ninguno especificó cuando la hace.

Gráfico N° 41: Formas en que informan sobre el uso indebido de drogas en el deporte, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



Fuente: datos tabla N° 45

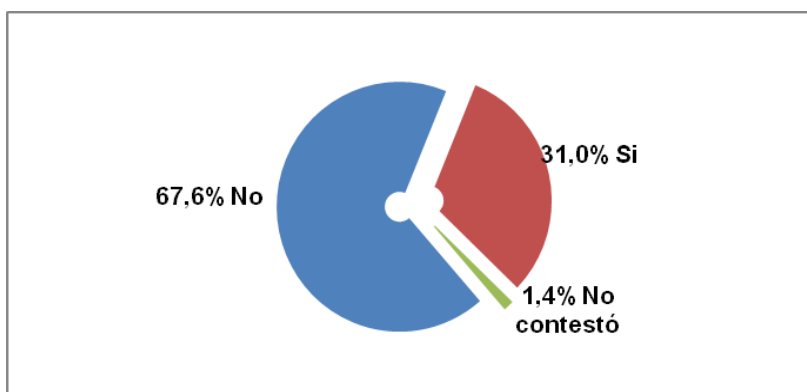
5. ¿Cuándo hablan sobre doping Ud. recurre a Especialistas sobre el tema?

Tabla N° 46: Cuando hablan sobre el doping recurren a especialistas, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Participación especialistas	Frecuencia	Porcentaje
NO	98	67,6
SI	45	31,0
No Contesto	2	1,4
Total	145	100.0

Fuente: Datos propios.

Gráfico N° 42: Cuando hablan sobre el doping recurren a especialistas, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009



Fuente: Datos tabla N° 46

En la cuestión anterior se observa que algunas personas relacionada con los deportistas “*recurren a los especialistas*” en un 31%, mientras que la mayoría, 68% “*no trata el doping ni busca al especialista*” para formar e informar a sus deportistas, dentro de este marco algunos no respondieron. Un 1% “*no contestó*”.

También es necesario tener conocimiento sobre las razones de solicitar la participación o no de un especialista para que desarrolle el tema del dopaje.

➤ **Si la respuesta es afirmativa ¿Por qué?**

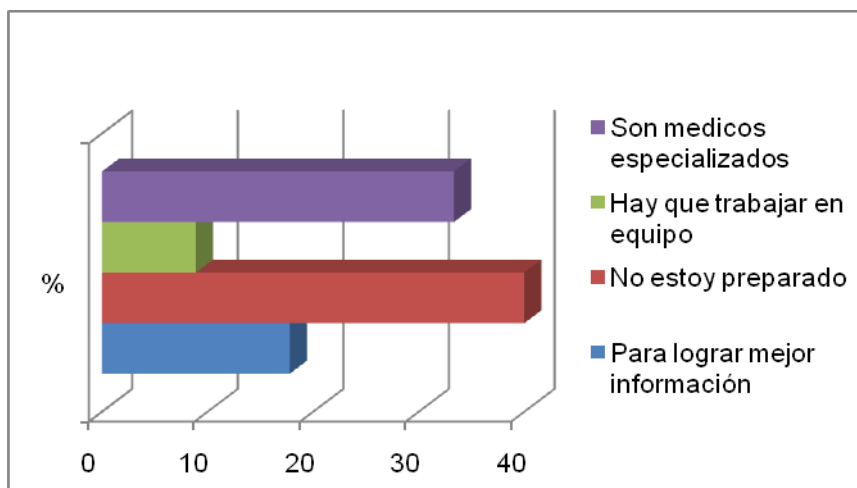
Tabla N° 47: Razones que justifican la participación de especialistas, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
1 Para lograr mejor información	8	17.7
2 No estoy preparado	18	40.0
3 Hay que trabajar en equipo	4	8.8
4 Son médicos especializados	15	33.3
Total	45	100.0

Fuente: datos propios

Cuando se le solicita que justifique el motivo de sus decisiones, los que respondieron afirmativa destacan que ellos “no están preparados” 40%, están “mejores preparados, son médicos” 33%, “lograr una mejor información” el 18% y por último ellos consideran que deben *trabajar en equipo* 9%.

Gráfico N° 43: Razones que justifican la participación de especialistas, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009



Fuente: Datos tabla N° 47

También son de vital importancia las justificaciones de la contratación de especialistas, para que se encarguen de esta formación e información.

Tabla N° 48: Razones que justifican la no participación de especialistas, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009

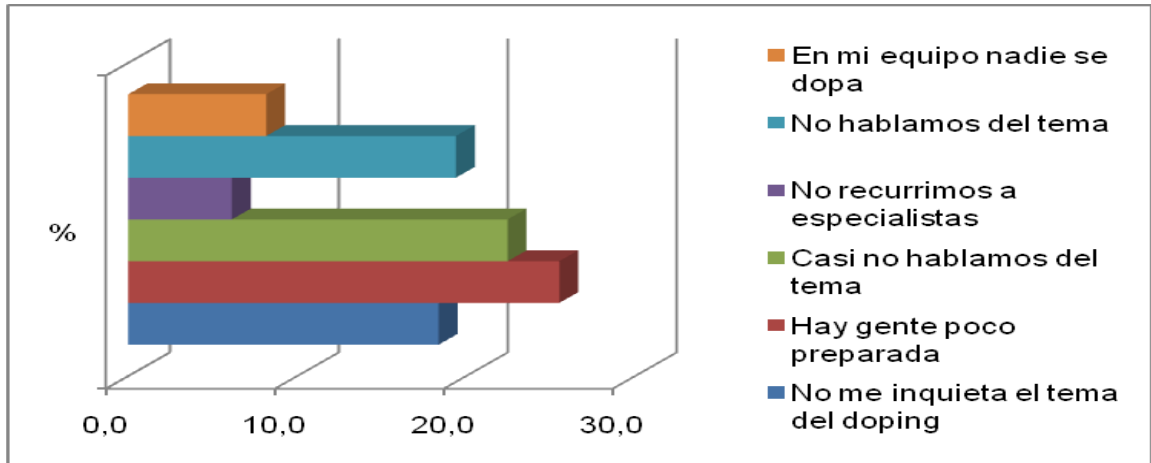
Motivo	Frecuencia	Porcentaje
1 No me inquieta el tema del doping	18	18,4
2 Hay gente poco preparada	25	25,5
3 Casi no hablamos del tema	22	22,4
4 No recurrimos a especialistas	6	6,1
5 No hablamos del tema	19	19,4
6 En mi equipo nadie se dopa	8	8,2
Total	98	100.0

Fuente: Datos propios

Los que no utilizan la participación de los especialistas explican los siguientes motivos: “*hay gente poco preparada*” 26%, casi “*no hablamos del tema*” 22%, “*no me inquieta o interesa el tema del doping*” 18%, “*no hablamos del tema*” 19%, en

“mi equipo nadie se dopa” 8% y otros vuelven a reiterar que “no recurren a especialistas” 6%.

Gráfico N° 44: Razones que justifican la no participación de especialistas, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009



Fuente: Tabla N° 48

6.-Estando en actividad en su club, gimnasio, institución deportiva, ¿Se ha dado algún caso de doping en un deportista que hizo uso indebido de drogas?

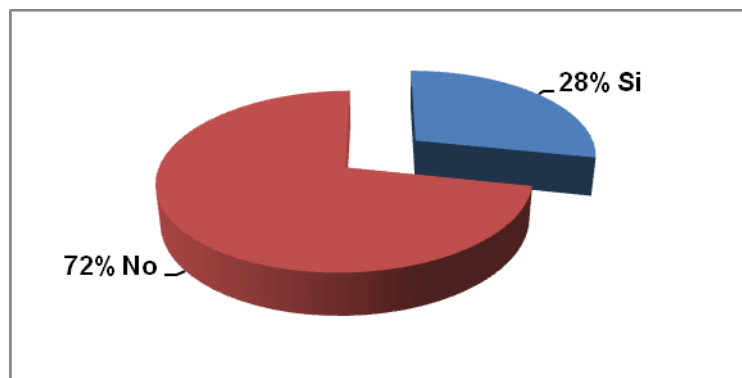
Un tercio de los encuestados respondieron afirmativamente, reconocen que en su espacio deportivo hay o hubo deportistas que *hicieron uso indebido de drogas* 28% y otro grupo mayor sostiene que *no* 72%.

Tabla N° 49: Conocimiento sobre casos de doping en su área deportiva, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Existe Doping	Frecuencia	Porcentaje
SI	41	28.2
NO	104	71.7
Total	145	100.0

Fuente: datos propios.

Gráfico N° 45: Conocimiento sobre la existencia de casos de doping en su área deportiva, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: Datos tabla N° 49

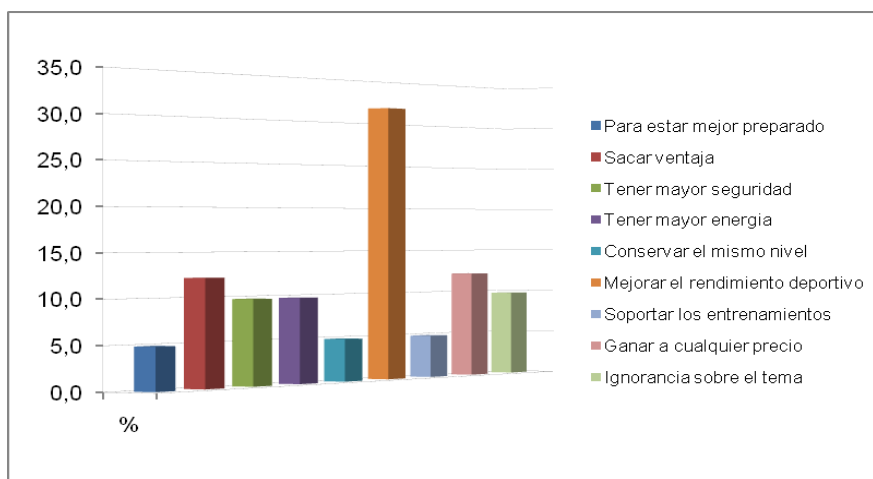
También es importante conocer las justificaciones que ellos aportan según sus conocimientos sobre casos de dopaje o no dentro de su área deportiva.

Tabla N° 50: Razones que justifican los casos de doping en su área deportiva, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
1 Para estar mejor preparados	2	4,9
2 Sacar ventaja	5	12,2
3 Tener mayor seguridad	4	9,8
4 Tener mayor energía	4	9,8
5 Conservar el mismo nivel	2	4,9
6 Mejorar el rendimiento deportivo	13	31,7
7 Soportar los entrenamientos	2	4,9
8 Ganar a cualquier precio	5	12,2
9 Ignorancia sobre el tema	4	9,8
Total	41	100.0

Fuente: datos propios.

Gráfico N° 46: Razones que justifican los casos de doping en su área deportiva, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: Datos tabla N° 50

Entre los entrevistados que reconocen a deportistas que hicieron o hacen uso del doping, ellos consideran que lo hizo por los siguientes motivos: el 32% “*para mejorar su rendimiento deportivo*”, el 12% para “*sacar ventaja*”, el 12% “*ganar a cualquier precio*”, el 10% cada una “*tener mayor seguridad*” y “*mayor energía*”, el “*soportar los entrenamientos*” con el 5%, “*conservar el mismo nivel*” con el 5% y reaparece nuevamente “*la ignorancia sobre el tema*” con un valor del 10%. Todas estas cuestiones están circunscriptas sobre el propio deportista.

7.- ¿Para Ud. quien incentiva el doping? ¿Por qué?

Cuando se investiga las representaciones sociales del doping que tienen las personas relacionadas a los deportistas es necesario enterarse quienes son los responsables de este flagelo dentro del deporte.

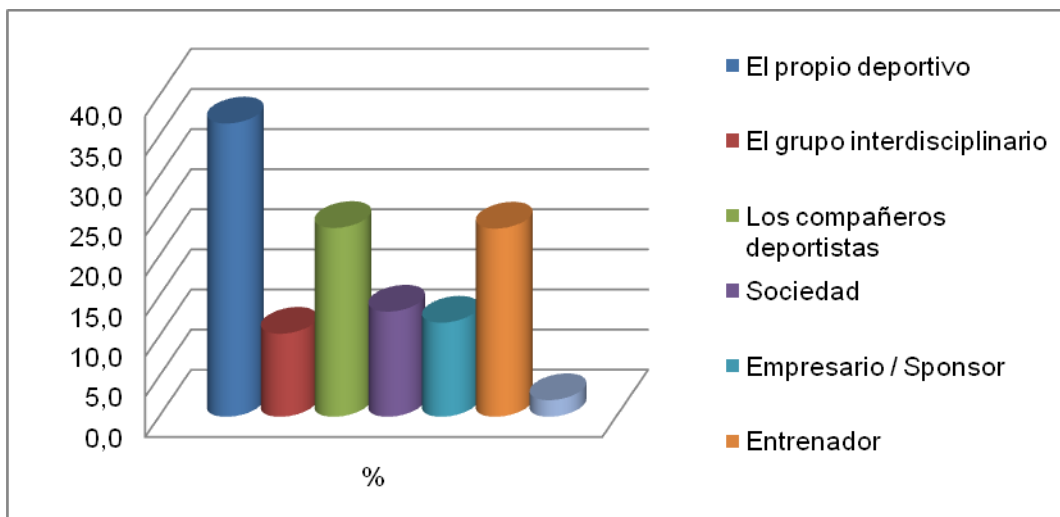
Tabla N° 51: Factores que incentivan el dopaje, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.

Los que incentivan al doping	Frecuencia	Porcentaje
1 El propio deportista	53	36,6
2 El grupo interdisciplinario	15	10,3
3 Los compañeros deportistas	4	2,75
4 Sociedad	19	13,1
5 Empresario / Sponsors	17	11,7
6 Entrenador	34	23,4
7 No se	3	2,1
Total	145	100.0

Fuente: Datos propios.

Ante esta nueva cuestión que desplaza la línea trazada sobre el propio deportista, se vuelve a reiterar con más evidencias al “*propio deportista*” 37 %, pero reconocen al “*entrenador*” 23 %, la “*presión de la sociedad*” con 13%, los “*empresarios y sponsors*” el 12 %, el “*grupo interdisciplinario*” con 10 %, los “*compañeros del deportista*” 3 %, existiendo un reducido grupo que manifiesta que “*no sabe*” 2 %.

Gráfico N° 47: Factores que incentivan el dopaje, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, Argentina, 2009.



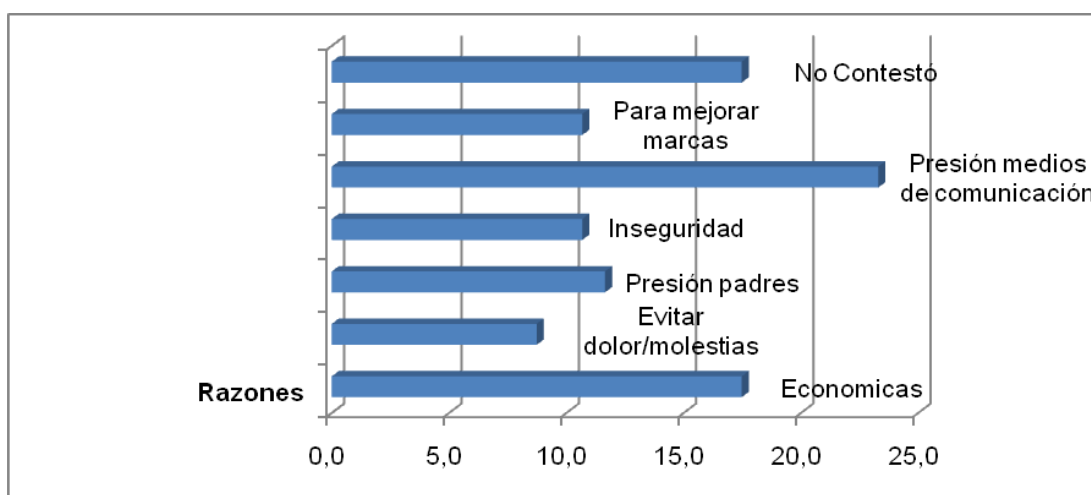
Fuente: Datos tabla N° 51

Tabla N° 52: Razones que justifican el dopaje, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Razones	Frecuencia	Porcentaje
1 Económicas	18	17,5
2 Evitar dolor / molestias	9	8,7
3 Presión padres	12	11,7
4 Inseguridad	11	10,7
5 Presión medios de comunicación	24	23,3
6 Para mejorar marcas	11	10,7
7 No contestó	18	17,5
Total	103	100.0

Fuente: Datos propios

Gráfico N° 48: Razones que justifican el dopaje, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 52

Es de real importancia conocer las razones que ellos aportan en los casos de dopaje, en primer lugar la “presión de los medios de comunicación” 23 %, luego lo

“económico” 17 %, la “presión de los padres en deportistas menores” 12 %, la “inseguridad del propio deportista” 11 %, para “mejorar marcas” 11 % y para “evitar dolores y molestias” 9 %.

Existe un porcentaje considerable que *no contestaron* 18 %.

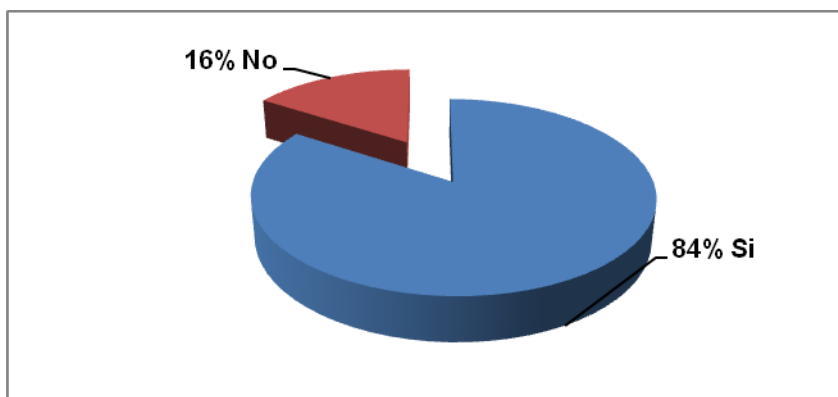
8.- ¿Cree Ud. que la exigencia deportiva de hoy, en el alto rendimiento lleva al deportista al dopaje? ¿Por qué?

Tabla N° 53: Exigencias deportivas en el alto rendimiento que llevan al deportista al dopaje, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Repuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	122	84.1
NO	23	15.8
Total	145	100.0

Fuente: Datos propios.

Gráfico N° 49: Exigencias deportivas en el alto rendimiento que llevan al deportista al dopaje, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 53

La gran mayoría de los encuestados afirman que si es decir el 84 %, siendo un muy escaso los que manifiestan que no, el 16%.

➤ **Razones que explican el dopaje en los deportistas de alto rendimiento.**

Tabla N° 54: Factores que justifican el dopaje en deportistas de alto rendimiento, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

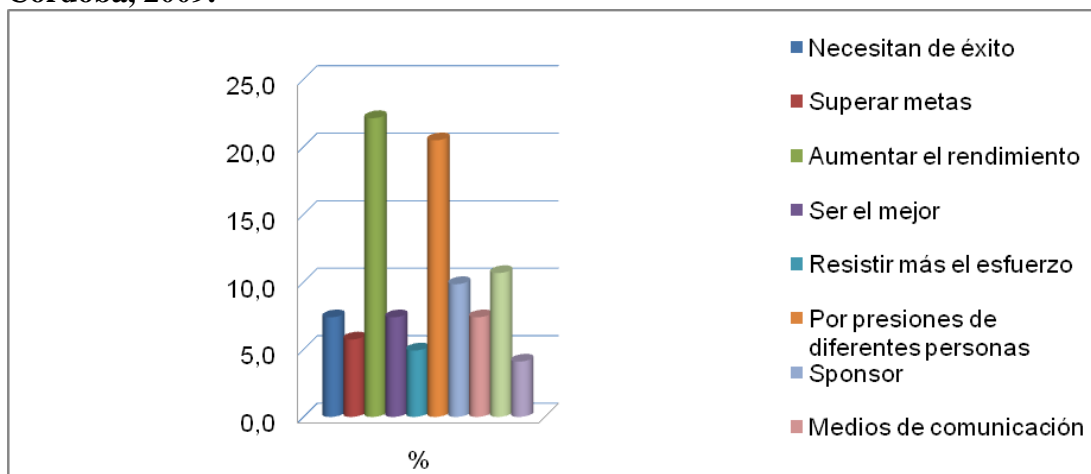
Factores	Frecuencia	Porcentaje
----------	------------	------------

1 Necesitan del éxito	9	7,4
2 Superar metas	7	5,7
3 Aumentar el rendimiento	27	22,1
4 Ser el mejor	9	7,4
5 Resistir más el esfuerzo	6	4,9
6 Por presiones de diferentes personas	25	20,5
7 Sponsors	12	9,8
8 Medios de comunicación	9	7,4
9 Sociedad	13	10,7
10 Baja autoestima	5	4,1
Total	122	100.0

Fuente: Datos propios.

Cuando fundamentan sus posturas señalan que lo hacen para “*aumentar el propio rendimiento*” 22,1%, por “*presión por parte de distintas personas*” relacionadas con él 20,5%, por “*presión de la sociedad*” 10,7%, los “*sponsors*” 9,8%, “*por la necesidad del éxito*” 7,4%, “*los medios de comunicación*” 7,4%, “*ser el mejor*” 7,4%, “*superar metas*” 5,7%, “*resistir más el esfuerzo*” 4,9% y la “*baja autoestima*” 4,1%.

Gráfico N° 50: Factores que justifican el dopaje en deportistas de alto rendimiento, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: Datos tabla N° 54

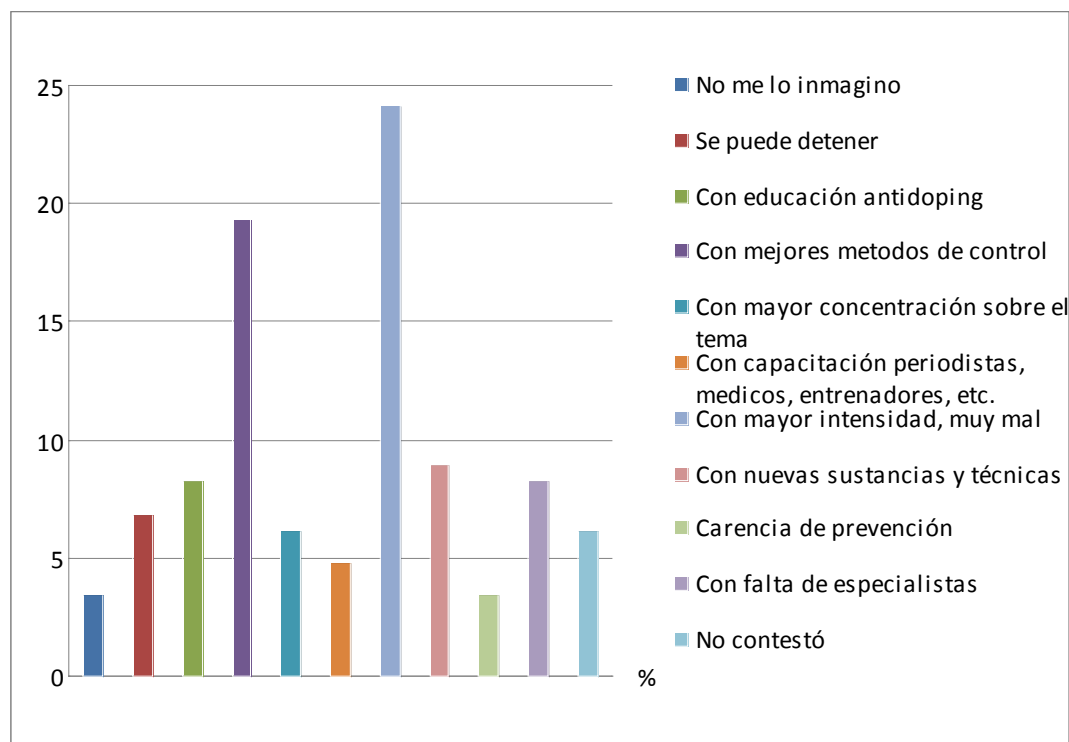
9.- ¿Cómo se imagina la relación deporte- doping de acá a diez años?

Tabla N° 55: Opinión sobre la relación deporte-doping a diez años, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Relación deporte/doping	Frecuencia	Porcentaje
1 No me lo imagino	5	3.4
2 Se puede detener	10	6.8
3 Con educación antidoping	12	8.2
4 Con mejores métodos de control	28	19.3
5 Con mayor concentración sobre el tema	9	6.2
6 Con capacitación periodísticas, médicos, entrenadores, etc.	7	4.8
7 Con mayor intensidad, muy mal	35	24.1
8 Con nuevas sustancias y técnicas	13	8.9
9 Carencia de prevención	5	3.4
10 Con falta de especialistas	12	8.2
11 No contestó	9	6.2
Total	145	100.0

Fuente: datos propios

Gráfico N° 51: Opinión sobre la relación deporte-doping a diez años, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: Datos tabla N° 55

En esta cuestión que se proyecta hacia el futuro la relación deporte-doping un gran porcentaje de los entrevistados opina que lo visualiza “con mayor intensidad, que ven

todo muy mal” con el 24%, para otros “*con mejores métodos de control*” el 19%, con “*nuevas sustancias y técnicas*” el 9%, con “*falta de especialistas*” 8%, con “*educación antidoping*” 8 %, que “*se puede detener este flagelo del doping*” el 7%, con “*mayor concientización sobre el tema*” 6%, con “*capacitación a periodistas, entrenadores, médicos, deportistas, etc.*” 5%, con “*carencia de prevención*” 3%, en cambio otro grupo dice *no se lo imagina* 3% y otros *no contestaron* 6%.

**10.- ¿Los medios de comunicación impulsan al deportista al uso del doping?
¿Por qué?**

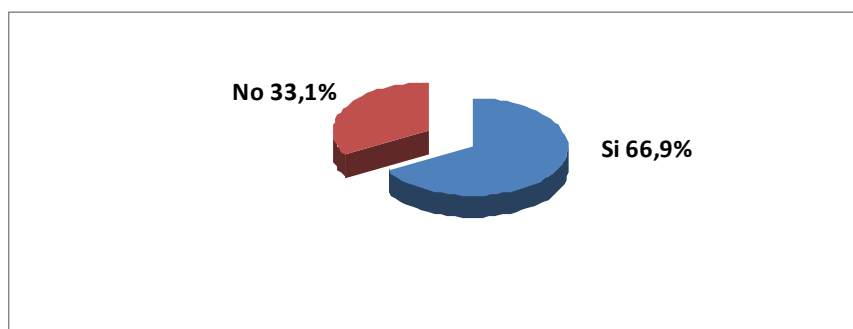
Tabla N° 56: Opinión sobre los medios de comunicación en relación al doping, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Repuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	97	66.8
NO	48	33.1
Total	145	100.0

Fuente: datos propios.

En su mayoría reconocen la acción de los *medios de comunicación que conducen al deportista al uso del doping* 67 %, un porcentaje mucho menor considera que *no* 33%.

Gráfico N° 52: Opinión sobre la influencia de los medios de comunicación en la utilización del doping por los deportistas, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 56

➤ **¿Por qué?**

Los entrevistados fundamentan sus opiniones de la siguiente manera:

Tabla N° 57: Razones por las que se dopan los deportistas a partir de la presión de los medios de comunicación, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Por que se dopan	Frecuencia	Porcentaje
1 Necesitan el éxito	12	12.3
2 Fomentan modelos deportivos éxito	37	38.1
3 Relegan a los que no triunfan	11	11.3
4 Presiones	25	25.7
5 Priorizan lo económico	8	8.2
6 No contestó	4	4.1
Total	97	100.0

Fuente: datos propios.

Gráfico N° 53: Razones por las que se dopan los deportistas a partir de la presión de los medios de comunicación, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 57

Entre los fundamentos que expresan los entrevistados con relación a la influencia de los medios de comunicación, el 38% “*fomentan modelos deportivos*”, ya que redimensionan la figura del deportista, el 26 % “*ejercen presiones sobre los deportistas*”, el 12% “*necesitan el triunfo*”, “*relegan a los que no triunfan*” 11%, y por último *priorizan “lo económico”* el 8%. El 4% *no contestó*.

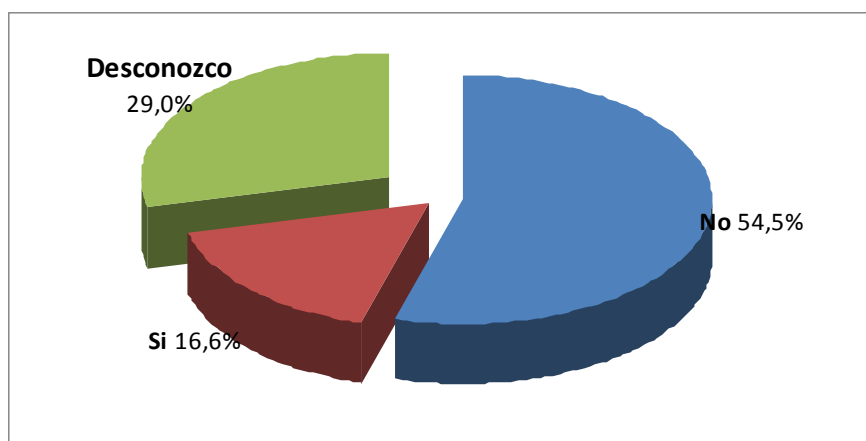
11.- ¿En Córdoba hay control de doping en todos los deportes? ¿Por qué?

Tabla N° 58: Opinión sobre el control del doping en Córdoba, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Control	Frecuencia	Porcentaje
No	79	54.4
Si	24	16.5
Desconozco	42	28.9
Total	145	100.0

Fuente: datos propios.

Gráfico N° 54: Opinión sobre el control del doping en Córdoba, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 58

Una gran mayoría, el 54% sostiene que *no*, un 17% que *si* y otro considerable porcentaje 29% *desconoce el tema*.

➤ **¿Por qué?**

Tabla N° 59: Opinión sobre las razones del no control del doping en Córdoba, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

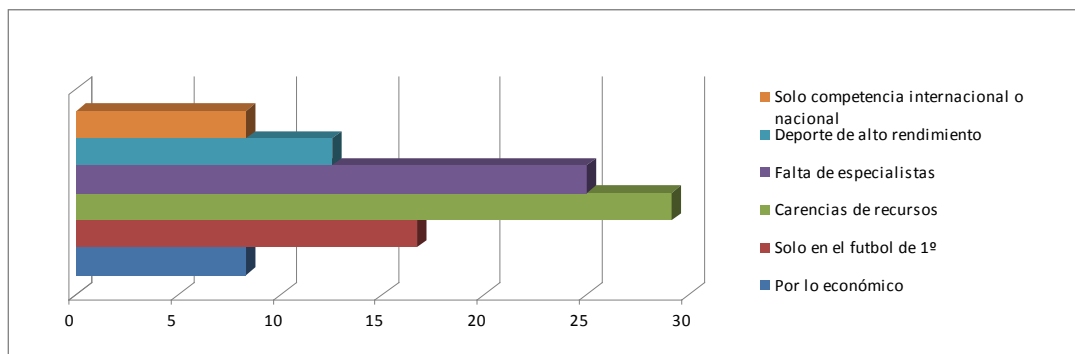
Razones del no control	Frecuencia	Porcentaje
1 Por lo económico	2	8.3
2 Sólo en el fútbol de 1°	4	16.6
3 Carencias de recursos	7	29.1
4 Falta de especialistas	6	25.0
5 Deporte de alto rendimiento	3	12.5
6 Solo competencia internacional o nacionales	2	8.3
Total	24	100.0

Fuente: datos propios.

El poco control del doping en Córdoba se justifica por la “*carencia de recursos*” (29%), “*falta de un lugar donde se efectúe y de especialistas*” (25%), el “*control se*

realiza sólo en el fútbol de primera” (17%), “deportes de alto rendimiento” (13%), por “razones económicas” 8% y “competencias internacionales o nacionales” (8%)

Gráfico N° 55: Opinión sobre las razones del no control del doping en Córdoba, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 59

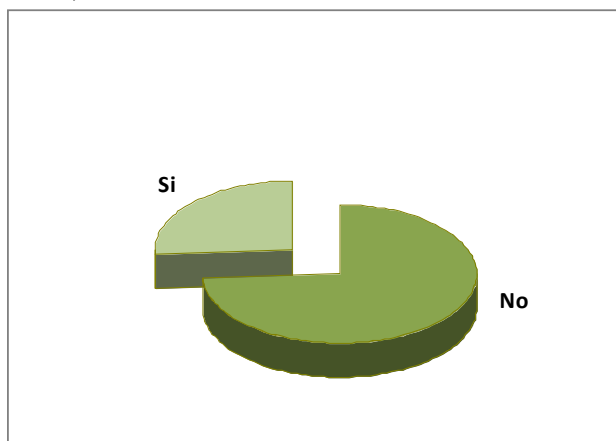
12.-Dentro del ámbito deportivo-laboral Ud cuenta con un programa de educación respecto al uso indebido de drogas. Si es afirmativa ¿Por qué? ¿Cómo?

Tabla N° 60. Desarrollo de programas de educación antidoping en instituciones deportivas, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Programas	Frecuencia	Porcentaje
No	107	73.7
Si	38	26.2
Total	145	100.0

Fuente: datos propios

Gráfico N° 56. Desarrollo de programas de educación antidoping en instituciones deportivas, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 60

Más de dos tercios de la población de entrevistados respondió que *no* (74%) y sólo un escaso porcentaje lo hace *afirmativamente* (26%).

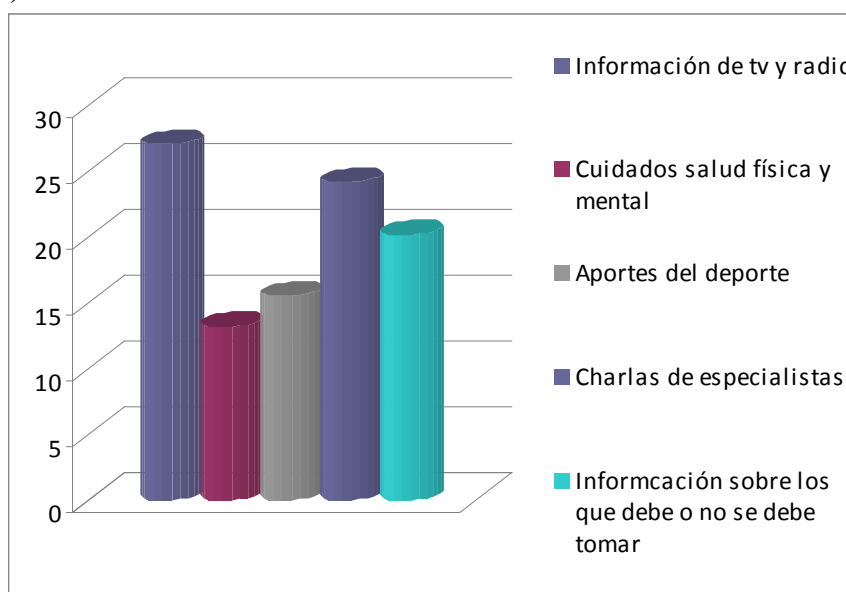
Tabla N° 61: Actividades de los programas educativos de algunas instituciones deportivas, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Acciones	Frecuencia	Porcentaje
1 Información de tv y radio	47	27.0
2 Consejos sobre cuidada salud física y mental	23	13.2
3 Beneficios que aporta el deporte	27	15.5
4 Charlas de especialistas muy capacitados	42	24.1
5 Información sobre los que debe o no se debe tomar	35	20.1
Total	174	100.0

Fuente: datos propios.

De estas últimas personas que aseveran que cuentan con un programa de educación, son muy limitados los datos que aportan, ya que no explican el fundamento de las acciones, sólo las contribuciones son, como por ejemplo: “consultas en micro televisivo o radial” 27%, se aconseja sobre el cuidado de la salud física y mental el 13% y “los beneficios que proporcionan la práctica del deporte” 16% , “personas muy capacitadas evacuan nuestras dudas” 24%,” se informa que es lo que se puede y debe tomar y que es lo que no” 20% .

Gráfico N° 57: Actividades de los programas educativos de algunas instituciones deportivas, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 61

13.-Tiene Ud conocimiento que alguna vez en el nivel técnico se estimuló o incentivó el uso de drogas u otros métodos para lograr “artificialmente” el rendimiento deportivo de un atleta. Si es afirmativa ¿Por qué?

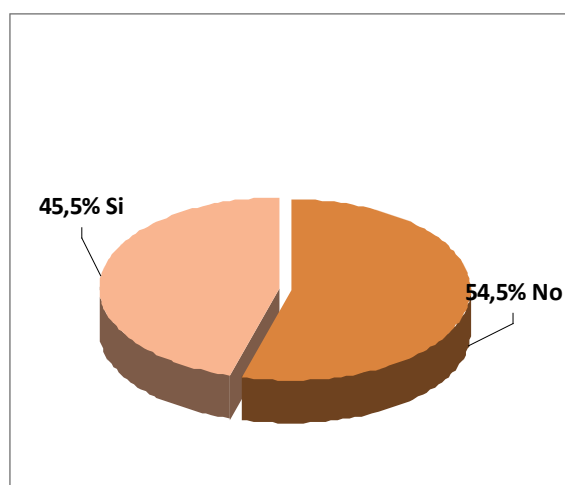
Tabla N° 62: Conocimiento sobre la estimulación al doping por parte de técnicos deportivos, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Estimulación	Frecuencia	Porcentaje
No	79	54.4
Si	66	45.5
Total	145	100.0

Fuente: datos propios.

Más de la mitad de los entrevistados considera que *no se estimuló el doping* (54%), aunque un *numeroso grupo cree lo contrario* (46%).

Gráfico N° 58: Conocimiento sobre la estimulación al doping por parte de técnicos deportivos, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 62

➤ **Si es afirmativa, ¿por qué?**

Entre los entrenadores, profesores, médicos deportólogos, periodistas, etc., ellos opinan que se debe para: “lograr éxitos deportivos” 30%, responder a “presiones sociales” 26%, “mejorar el rendimiento” 15%, por “exigencias del mismo deportista” 12% y por “los sponsors” 11%, existe un porcentaje que *no respondió* 6%.

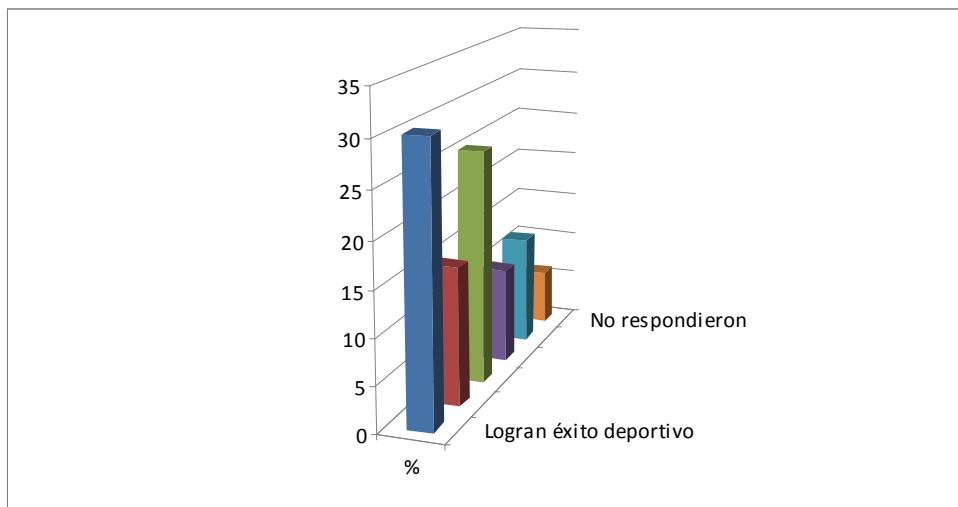
Observando la tabla y el gráfico correspondiente comprobamos que:

Tabla N° 63: Conocimiento sobre la estimulación al doping por parte de técnicos deportivos, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Si, repuesta	Frecuencia	Porcentaje
1 Logran éxito deportivo	20	30,3
2 Mejoran el rendimiento	10	15,1
3 Para responder a presiones sociales	17	25,7
4 Por exigencias de los sponsors	7	10,6
5 Por presión del mismo deportista	8	12,1
6 No respondieron	4	6,0
Total	66	100,0

Fuente: datos propios.

Gráfico N° 59: Conocimiento sobre la estimulación al doping por parte de técnicos deportivos, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 63

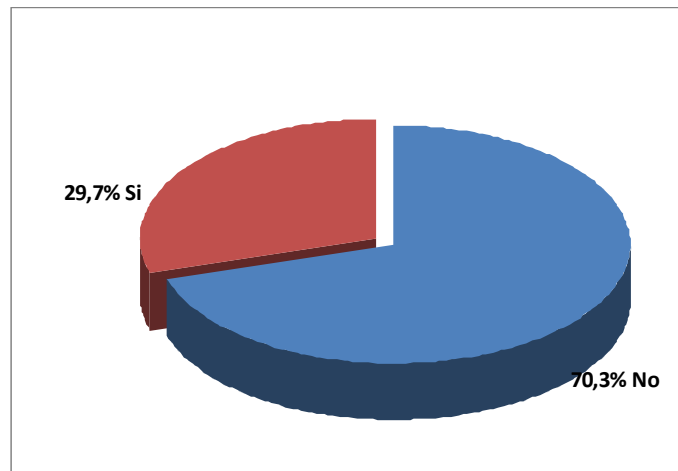
14.- ¿Ud. conoce a Ley Antidoping 24819 “Lealtad y Juego Limpio” Podría explicar brevemente lo que norma en relación a su función deportiva?

Tabla N° 64: Conocimiento de la Ley 24819 “Lealtad y Juego Limpio”, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Ley 24819	Frecuencia	Porcentaje
No	102	70,3
Si	43	29,7
Total	145	100,0

Fuente: datos propios.

Gráfico N° 60: Conocimiento de la Ley 24819 “Lealtad y Juego Limpio”, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 64

La mayoría de los entrevistados asegura no conocer el contenido de la Ley 24918 (70%) y un escaso número afirma lo contrario (30%).

Entre los entrevistados que sostienen conocer los elementos de la Ley manifiestan que: “*prohíbe la deshonestidad en el deporte*”, insta al deportista al juego “*honesto*”, “*su finalidad es resguardar la lealtad y el juego limpio en el deporte preservando la salud*”, entre ellos son numerosos los que no contestaron. Hay que destacar que todos respondieron en forma muy escueta, lo que demuestra el conocimiento de la existencia de la Ley pero no el conocimiento de su contenido.

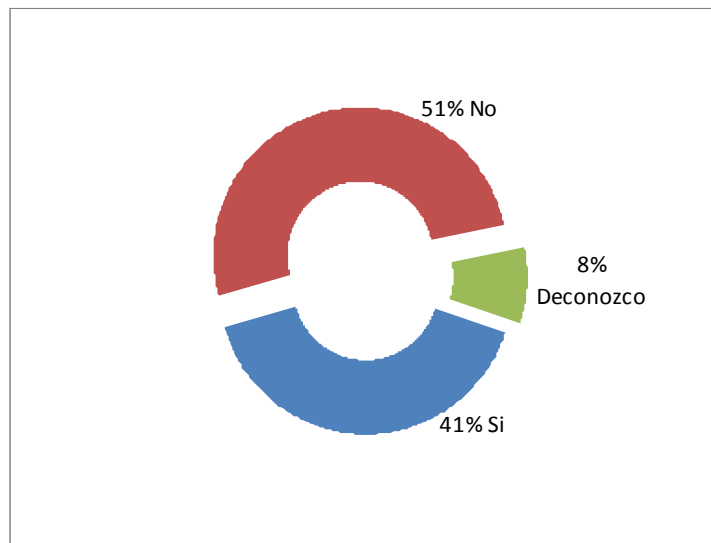
15.- ¿Sabe Ud. que está involucrado a nivel judicial junto con el deportista en lo concerniente al doping?

Tabla N° 65. Conocimiento de la implicancia judicial junto al deportista con relación al dopaje, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Repuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	40.6
No	74	51.0
Desconozco	12	8.2
Total	145	100.0

Fuente: datos propios.

Gráfico N° 61. Conocimiento de la implicancia judicial junto al deportista con relación al dopaje, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: Datos tabla N° 65

Mayoritariamente menciona *no conocer esta norma* 51%, un porcentaje menor responde *que si*, el 41% y otro grupo *lo desconoce* 8%. Cuando afirman desconocer sobre la penalización judicial (deportista, entrenador), esto nos lleva nuevamente al desconocimiento de la reglamentación o norma que regula el dopaje en nuestro país. En el artículo N° 11 la ley expresa “*Será reprimido con prisión de un mes a tres años, si no resultare un delito más severamente penado, el preparador físico y/o psíquico, entrenador, director deportivo, dirigente, médico y paramédicos vinculados a la preparación y/o a la participación de los deportistas, y/o todo aquel que de alguna manera estuviera vinculado a la preparación y/o a la participación de los deportistas; que por cualquier medio facilitare, suministrare y/o incitare a practicar doping. Si las sustancias suministradas fueran estupefacientes la pena será de cuatro a quince años.* (Ley Antidoping 24819 (1997)y modificaciones -Argentina, Art.11)

16.- ¿Por qué existe el doping?

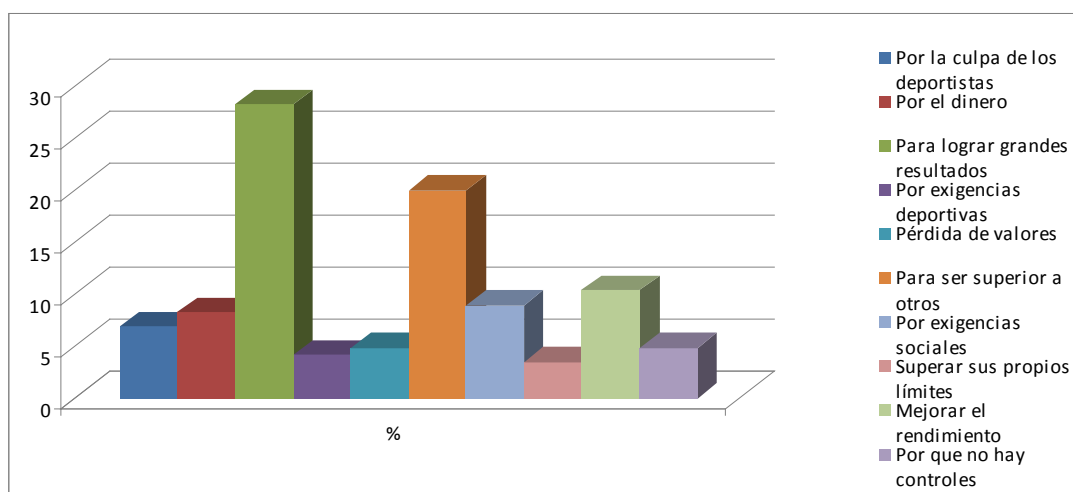
En esta nuestra sociedad donde se ha cambiado la escala de los valores y es donde vive y está inserto todo deportista, el valor de la victoria es muy importante para él y es preocupante el dramatismo de la derrota. Por eso en el estudio de las representaciones sociales es fundamental indagar sobre:

Tabla N° 66. Conocimiento sobre la existencia del dopaje, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Existencia del dopaje	Frecuencia	Porcentaje
1 Por culpa de los deportistas	10	6.8
2 Por el dinero	12	8.2
3 Para lograr grandes resultados	41	28.2
4 Por exigencias deportivas	6	4.1
5 Pérdidas de valores	7	4.8
6 Para ser superior a otros	29	20.0
7 Por exigencias sociales	13	8.9
8 Superar sus propios límites	5	3.4
9 Mejorar el rendimiento	15	10.3
10 Por que no hay controles	7	4.8
Total	145	100.0

Fuente: datos propios.

Gráfico N° 62. Conocimiento sobre la existencia del dopaje, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 66

Ante esta cuestión expresaron varias causas, entre las que prevalecen las relativas al propio deportista, por ejemplo: para “*lograr grandes resultados*” con 28%, “*ser superior a otros*” el 20%, “*mejorar el rendimiento*” el 10%, luego reaparecen las “*exigencias sociales*” el 9%, “*por dinero*” el 8%, por “*culpa de los deportistas*” el 7%, porque “*no hay controles*” y hay “*pérdida de valores*” el 5% cada uno, por “*exigencias deportivas*” el 4% y por último “*superar los propios límites*” el 3%.

17.- ¿Cómo debe combatirse el doping?

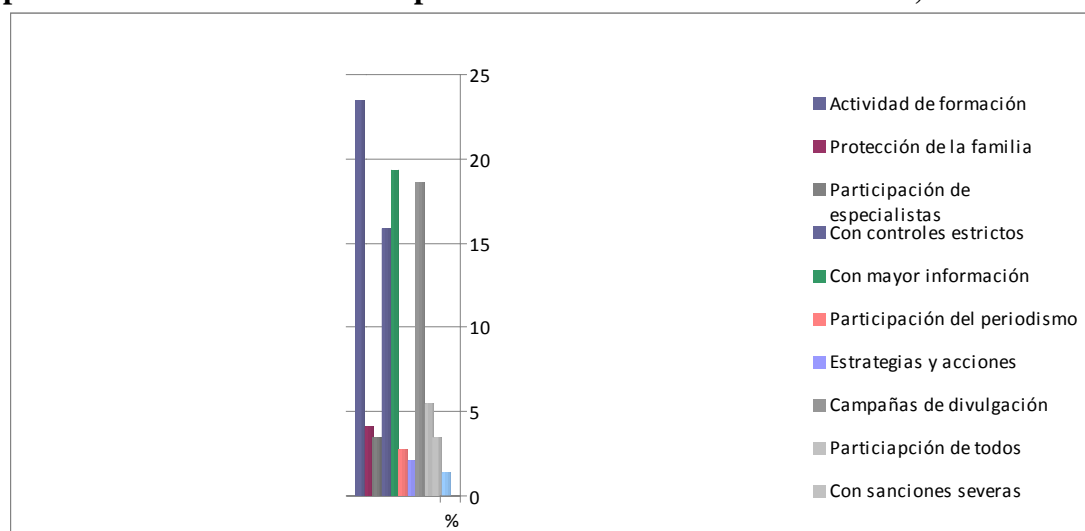
Tabla N° 67. Conocimiento sobre modalidad de combatir el dopaje, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Modalidad contra doping	Frecuencia	Porcentaje
1 Actividad de formación	34	23,4
2 Protección de la familia	6	4.1
3 Participación de especialistas	5	3.4
4 Con controles estrictos	23	15.8
5 Con mayor información	28	19.3
6 Participación del periodismo	4	2.7
7 Estrategias y acciones	3	2.0
8 Campañas de divulgación	27	18.6
9 Participación de todos	8	5.5
10 Con sanciones severas	5	3.4
11 Participación medios de comunicación	2	1.3
Total	145	100.0

Fuente: datos propios.

Las opiniones de las personas entrevistadas son variadas, entre ellas tenemos: las “actividades de formación” el 23%, “con mayor información” el 19%, “con campañas de divulgación” el 19%, “con controles estrictos” el 16%, “con la participación de todos” el 6%, “con la protección de la familia” con 4%, con “sanciones severas”, “la participación del periodismo” y los “medios de comunicación” el 3% cada uno, “estrategias y acciones preventivas” 2% y por último los “medios de comunicación” con el 1%.

Gráfico N° 63. Conocimiento sobre modalidad de combatir el dopaje, según personas relacionadas a los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 67

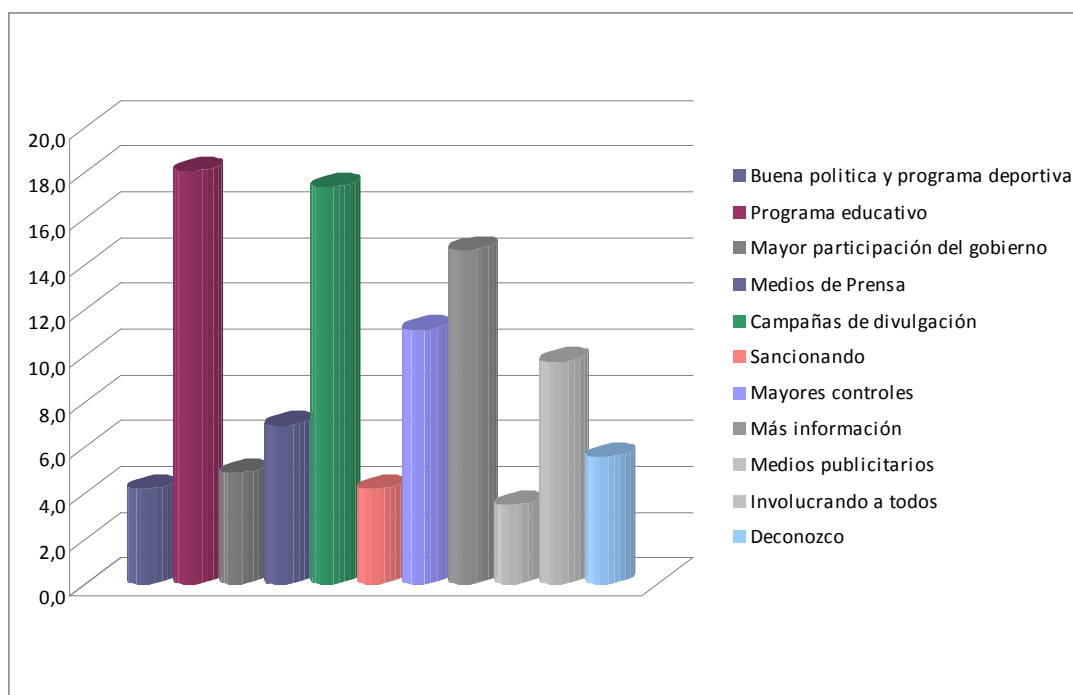
18.- ¿Cómo se puede solucionar específicamente en nuestra provincia de Córdoba el problema del doping?

Tabla N° 68: Soluciones al problema del doping en la Provincia de Córdoba, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Soluciones al problema doping	Frecuencia	Porcentaje
1 Buena política y programa deportiva	6	4.1
2 Programa educativos	26	18.0
3 Mayor participación del gobierno	7	4.8
4 Medios de prensa	10	6.9
5 Campañas de divulgación	25	17.3
6 Sancionando	6	4.1
7 Mayores controles	16	11.1
8 Más información	21	14.5
9 Medios publicitarios	5	3.4
10 Involucrando a todos	14	9.7
11 Desconozco	8	5.5
Total	144	100.0

Fuente: datos propios.

Gráfico N° 64: Soluciones al problema del doping en la Provincia de Córdoba, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 68

Los entrevistados colocan su mirada en los “*programas educativos*” 18%, “*campañas de divulgación*” 17%, ofreciendo “*más información*” 15%, con “*mayores controles*” 11%, “*involucrando a todos*” 10%, “*medios de prensa*” 7%, con “*mayor*

participación del Gobierno” 5%, con “buenas políticas y programas deportivos” 4%, “sancionando” 4%, con “medios publicitarios” 3% y un grupo afirma no conocer las soluciones posibles 6%.

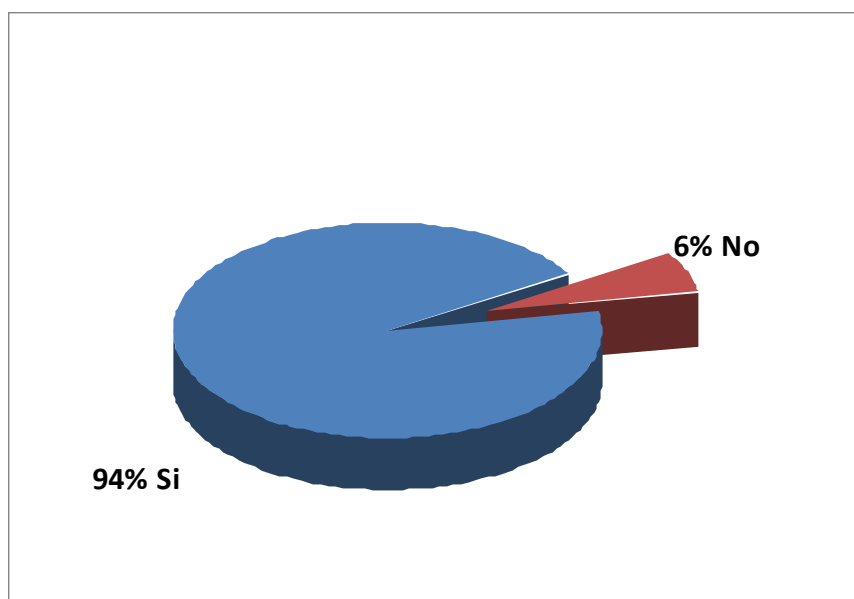
19.- Considera que sin doping también se puede ganar en el deporte ¿por qué?

Tabla N° 69: Opinión si se puede ganar en el deporte sin doping, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Si	136	93,8
No	9	6,2
Total	145	100.0

Fuente: datos propios.

Gráfico N° 65: Opinión si se puede ganar en el deporte sin doping, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 69

La mayoría de las personas sostienen que se puede *lograr triunfos en el deporte sin recurrir al doping* 94%, y son muy escasas las que *no están de acuerdo* 6%.

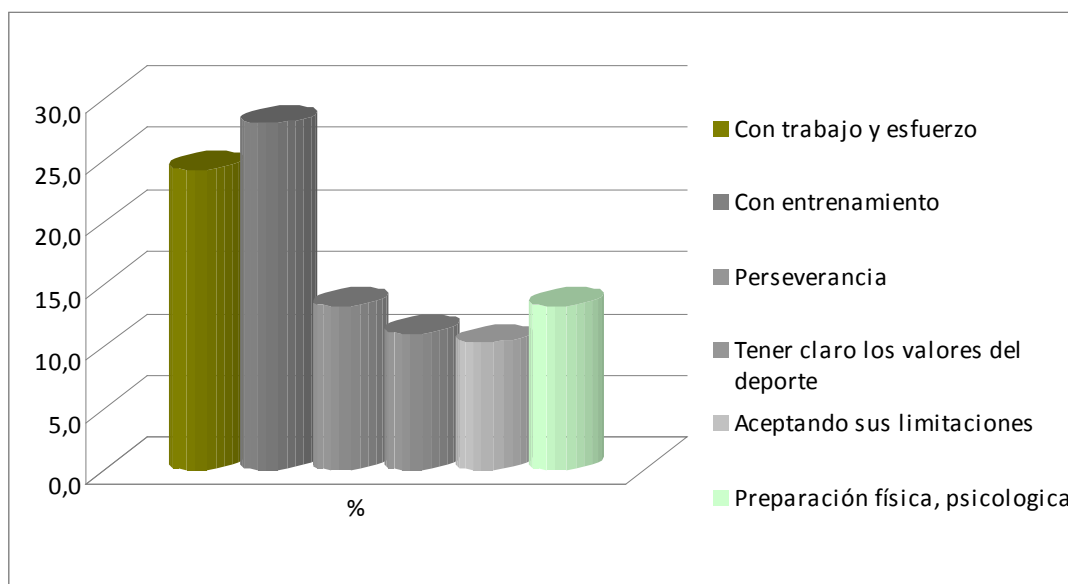
➤ **Razones que fundamentan sus respuestas**

Tabla N° 70: Fundamentos de que se puede ganar en el deporte sin doping, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.

¿Por qué? Se gana sin doping	Frecuencia	Porcentaje
1 Con trabajo y esfuerzo	34	25.0
2 Con entrenamiento	38	27.9
3 Perseverancia	17	12.5
4 Tener claro los valores del deporte	15	11.0
5 Aceptando sus limitaciones	14	10.2
6 Preparación física, psicológica	18	13.2
Total	136	100.0

Fuente: datos propios.

Gráfico N° 66: Fundamentos de que se puede ganar en el deporte sin doping, según personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba, 2009.



Fuente: datos tabla N° 70

Fundamentan que se lograría con: “entrenamiento” 28%, “con trabajo y esfuerzo” 25%, con “mayor preparación física y psicológica” 13%, “perseverancia” 13%, “teniendo en claro los valores del deporte” 11%, y “aceptando sus limitaciones” 10%.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

5.1.-DISCUSIÓN DE LAS DIMENSIONES QUE CONSTITUYEN LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DE LOS DEPORTISTAS FEDERADOS Y NO FEDERADOS DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA (ARGENTINA) SOBRE EL DOPING Y SU PREVENCIÓN.

Dentro de este marco, la discusión es la etapa en que encadenaremos los resultados obtenidos por la investigación y efectuaremos la extrapolación de los mismos. En ella se pone a prueba el análisis y de autocrítica.

Es el momento de lograr acceder al marco teórico y al conocimiento previo existente para la interpretación de los resultados, reconoce las limitaciones de la investigación o abre el camino a nuevas hipótesis o propuestas teóricas.

Con este análisis e interpretación de los resultados logrados a través de encuestas a deportistas y entrevistas a personas ligadas al deportista, se valida y da explicación a los mismos.

Por su parte, con la interpretación de los resultados se aporta explicaciones que soportan la validez en el marco teórico referencial, se decir, justificarlos en base a lo que ya se conoce del tema.

Finalmente, la calidad de la discusión o análisis es la que guiará el camino a la síntesis.

Expondremos un análisis a modo de síntesis de los datos analizados en el estudio, en relación a cada una de las dimensiones antes mencionadas.

1º-Representación del concepto “doping”

La asociación verbalizada y escrita, con relación a cuando “algo” es doping es una herramienta que permitió determinar cual es el campo semántico del concepto, es decir, que facilitó el conocer los significados y posiciones de los conceptos que poseen los deportistas y personas relacionadas a ellos en el mundo del deporte de la provincia de Córdoba. En las respuestas frente al estímulo “doping” están contenidos los significados que conforman su campo de significaciones, lo cual nos señala el camino que debemos transitar para aproximarnos a la reconstrucción del sentido de dicho concepto para los grupos estudiados.

En el estudio realizado, las conceptualizaciones relativas a la palabra doping revelan una organización y una estructura conceptual diferente para el grupo investigado que

la que posee la estructura científica. Muy pocos deportistas han construido el concepto de doping, por ejemplo:

“Es el uso de sustancias ilegales o métodos prohibidos por un deportista con la intención de aumentar su performance durante la competencia” (E.182)

“doping es cuando del atleta o deportista hace uso de sustancias o métodos que para mejorar artificialmente la condición física o mental para mejorar su rendimiento en la práctica deportiva.” (E.54)

Para la mayoría de los deportistas la organización de la representación desemboca en la idea de **“antidoping”**, aunque esté asociada a adicción, resistencia, fuerza, potencia que provoca problemas en la salud y hace conseguir logros deportivos, pero hace perder los valores éticos.

Es decir, que la mayoría tiene representaciones opuestas a doping se lo atribuyen al concepto de antidoping, aunque otros aportes se sitúen dentro de la realidad del mismo, por ejemplo:

“examen medico que detecta la ingestión de estimulantes no permitidos para los deportistas” (E.585)

“Es el análisis que se realiza a los deportistas para conocer si ha ingerido alguna droga que lo “ayude” a su desempeño. (E.769)

“Control que se realiza a deportistas de elite, de alto rendimiento. Este control se realiza para corroborar que el deportista se encuentra en un estado natural entrenando y no contiene ninguna sustancia que le ayude en su rendimiento” (E.576)

A esto, otros deportistas lo expresan primero mediante conceptualizaciones incompletas, como las siguientes:

“Es un término en inglés que se refiere al uso de drogas ilegales no permitidas en el deporte” (E.757)

“Es la consecuencia de la consumición de sustancias que generan una energía extracorporal que la cual se aumenta el rendimiento físico” (E.764)

Para algunos está el concepto que sólo los medicamentos y las drogas ilegales pueden ser utilizadas en el dopaje con fines diversos, por ejemplo para lograr mayor potencia, rendimiento, calmar el dolor, muy pocos reconocen otras formas o técnicas empleadas, pero algunos son conscientes de que los conduce a la enfermedad al ser usados indebidamente.

Analizando los datos aportados por los encuestados, observamos que para ellos el doping es “algo” que:

“si se ingiere sustancias ilegales para mejorar su performance” (E.102)

“Logra alterar mi metabolismo” (E 50) “si la droga está prohibida mejora el rendimiento” (E1015)

“si no está autorizada por la entidad de control correspondiente y esta droga o sustancia influye en el rendimiento o realización de alguna actividad determinada” (E 4)

En ambos casos la idea, como se ve, la cadena conceptual desemboca en cuatro ideas diferentes, para unos en mayor rendimiento, potencia, para los otros, un consumo de drogas ilegales, para algunos que afecta la salud del deportista y para muy pocos algo desleal, tramposo, fuera de la ley.

Asociaciones con la palabra “doping”

En el estudio realizado, comprobamos que las asociaciones con la palabra “doping” revelan una organización conceptual, muy diferente para estos grupos de deportistas con la de los conocimientos científicos, y a partir de los resultados se construyen dos núcleos figurativos: un núcleo figurativo o central que aglutina y ordena los diversos conocimientos e imágenes producidos en la asociación referida al dopaje, a partir de los siguientes ejes: concepto de doping, asociación con palabras, relaciones determinadas por los propios deportistas; que sirven de marco orientativo para el abordaje de la prevención del fenómeno del dopaje.

Con relación a las distintas asociaciones podemos construir una estructura representacional de los deportistas de la provincia de Córdoba, siendo los elementos esenciales de la relación con el doping son:

Objeto de asociación	Grupo periférico	Grupo centro
palabra	Ilegalidad Deslealtad Muerte Dolor Fraude Trampa Poder Pérdida de la salud	Resistencia Velocidad Rendimiento Potencia En menor porcentaje: drogas, agilidad.

En el análisis de las evocaciones jerarquizadas, obtenemos para el grupo:

Por la Frecuencia	Grupo de deportistas
Zona nudo central	Resistencia Velocidad
Zona primera periferia	Rendimiento Potencia Droga Agilidad
Zona segunda periferia	Ilegalidad Deslealtad Muerte Dolor Fraude Trampa Poder Pérdida de la salud

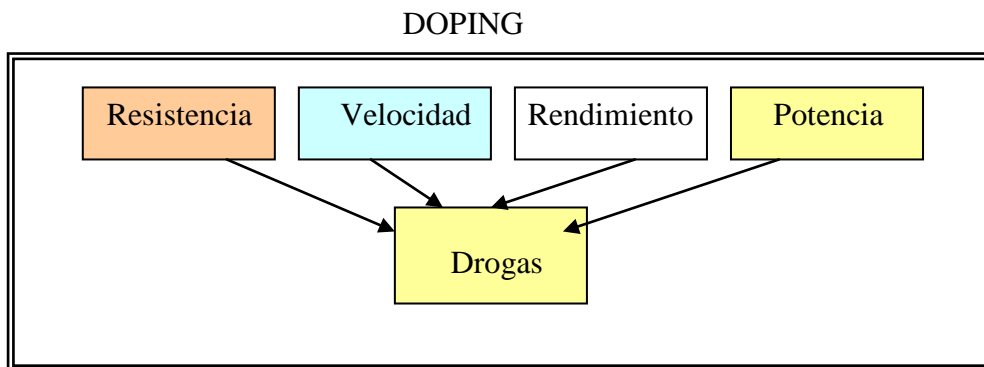
En el conocimiento del sentido común u ordinario es donde se realizan estas representaciones sociales, donde consiguen anclarse el núcleo central y el sistema periférico, los cuales le otorgan significado y sentido a todas las actividades del grupo deportivo encuestado. Los núcleos centrales, son muy diferentes a las zonas periféricas

Estableciendo relaciones entre los datos comprobamos como los deportistas de la provincia de Córdoba establecen sus configuraciones conceptuales, no reproducen exactamente lo mismo, tal vez, que otros grupos posibles, o lo propuesto por entidades específicas que abordan el dopaje.

Los deportistas recalcan especialmente los efectos del doping en la performance del deportista, pero que culmina en la zona segunda de la periférica con un efecto perverso y que raya con los valores del deporte: ilegalidad, pérdida de la salud; deslealtad, muerte, fraude, etc. En estas asociaciones reaparece nuevamente la **“muerte”** ya que en el abordaje de la pregunta N° 20 el 9% justifican la peligrosidad del doping que puede generar la muerte.

Efectuando el esquema organizacional del núcleo de la Representación Social de doping:

Fig. N° 3: Organización del núcleo central de la Representación Social de “doping”, según los deportistas de Córdoba



En el esquema de la organización relacional semántica de las palabras que conforman el núcleo central, son palabras que se refieren a los efectos del doping, como consecuencia de la utilización de drogas.

En estas asociaciones no está ausente, el deportista que se destacó por haber recurrido al consumo de drogas durante su desempeño deportivo, el caso presente es el de “Maradona”.

Vocabulario conocido sobre drogas y técnicas utilizadas en el dopaje

En general, el conocimiento que tienen los deportistas de la provincia de Córdoba del lenguaje usado en sus contextos es muy escaso. A este respecto, en la encuesta un reducido número de deportistas federados manifiestan un manejo mayor de ciertos términos específicos y científicos, donde surge la evidencia de una mayor construcción de los mismos, por su nivel deportivo. También consignaron algunas técnicas que se usan pero el nivel de desconocimiento es muy grande, incluyendo a veces técnicas o sustancias incorrectas, por ejemplo:

Drogas	Técnicas o métodos
Anabólicos	Inyectables
Estimulantes	Oxigenoterapia
Energizantes	Transfusiones de sangre
Cocaína,	Vitaminas C
Efedrina	
Hormonas	
Medicamentos, etc.	

Con relación los datos logrados sobre el vocabulario conocido, los deportistas poseen un vocabulario más acotado y próximo al científico; aunque se observan conceptos erróneos relativo a los métodos, cuando la mayoría incluyen a la Vitaminas C, siendo éste un conocimiento erróneo. En cuanto a las drogas el mayor número lo hace con anabólicos, energizantes, hormonas, estimulante, entre otros.

Doping y su significación social: visualización

En el contexto actual de la realidad social, el discurso sobre el doping, surge desde los ámbitos deportivos, a veces en la familia, y entre los propios deportistas, amplificándose desde los medios de comunicación como ‘la verdad oficial’, y se enmarca en la lógica del control social. A través de este discurso, sustancias diversas se funden en una sola categoría –‘la *droga en el deportista*’–, caracterizada por los efectos que generan la posibilidad de producir mejor performance; esto va acompañado con, la pérdida de la capacidad de decisión del sujeto respecto al uso de sustancias o técnicas, ya que en muchas ocasiones sufre la presión de numerosos agentes, como la familia, entrenador, sociedad, etc. De esta forma se explica su carácter ilegal, se invalidan las palabras y acciones de los deportistas consumidores, y se justifican las acciones que permiten el éxito, el triunfo, pero cuando son sometidos al control de sus usuarios, tanto desde el ámbito legal como de la salud, son reprimidos, sancionados, descalificados y hasta olvidados.

El discurso social de su contexto sobre el dopaje se impone con fuerza sobre los deportistas y personas cercanas a él, constituyéndolos en futuros enfermos y personas carentes de ética, sujetos que deben ser reencauzados dentro del orden social. La imposición del discurso oficial sobre las drogas en el ámbito del deporte, en el contexto de la población se entrecruza con los discursos institucionales, Federaciones de Deportes, Secretarías de Deportes y de WADA, respecto a los deportistas y sus prácticas. Así, práctica deportiva, atleta, amateur condiciones estructurantes de ser el mejor y consumo de drogas o aplicación de métodos ilegales se funden en un mismo discurso, que se traduce en prácticas invalidantes, excluyentes o reformadoras del actuar deportivo presentes de alguna u otra forma en la vida cotidiana de algunos de

los deportistas federados o no que fueron entrevistados y que pertenecen a la provincia de Córdoba.

2º-Representación sobre modos y conductas relacionadas con el dopaje.

El dopaje, o sea el consumo de drogas o de métodos ilegales, en el deporte aparecen entre los encuestados como una práctica frecuente, aunque sancionan al que se dopa, los cuales les ofrecen malos ejemplos o modelos a los nuevos deportistas.

También está muy arraigada en la representación de asociación del doping con un deportista destacado de nuestra realidad, por ejemplo “*Maradona*”

Explicitan con mayor frecuencia el uso de sustancias, y de una serie de acciones más o menos vinculadas al acceso y acto del doping, ellos, afirman que estas conductas están relacionadas a problemáticas personales, presiones sociales, económicas, de los entrenadores, etc. y es aquí, donde anida la decisión de muchos para pertenecer al grupo de destacados se ven obligados a consumir drogas o a experimentar con las técnicas que lo colocarán en un sitio superior, de ganador.

Estas acciones desarrolladas, en torno al doping, si bien son referidas generalmente como actos espontáneos y escasamente planificados, denotan sin embargo una forma de organización, de coordinación de acciones y funciones dentro de un sistema de reglas implícitas que definen la pertenencia al grupo de deportistas que piensan solamente en el premio y no en el aspecto de deslealtad y engaño para sí y toda la sociedad.

Son conscientes que para acceder a ellas (drogas o técnicas), se hace necesario insertarse en redes ilegales de adquisición, aplicación y que los conduce a transgredir normas, a realizar acciones que afectarían a sí mismo, a su familia, a su organismo, a su institución deportiva y a la sociedad a la que pertenece.

“que los deportistas que realizan diferentes actividades con la ayuda de drogas no van a lograr llegar a sus objetivos porque tarde o temprano van a caer en la adicción y se van a terminar destruyendo” (E. 45)

“Falta de responsabilidad y compromiso en lo que supone que hacen por pasión” (E 178)

“A muchos deportistas solo le interesa lograr un mayor rendimiento, ganar, triunfar aunque eso sea ilegal” (E. 1244)

“nunca debemos lograr éxitos mediante el doping, debemos practicar un juego limpio, sin trampas, basado en el esfuerzo y la alegría que genera ese triunfo” (E 945)

“si querés mantenerte en tu nivel, tenes que llegar al doping, nadie te perdona sino triunfas, esta es la realidad” (E. 622)

Las motivaciones para el consumo

Los deportistas de hoy, en general, viven altos niveles de estrés y conflictos sociales y personales. Sin embargo, en esta investigación se muestra a través de la verbalización, que se ha logrado construir el entretejido de las representaciones sobre las razones por las cuales se empieza y se continúa consumiendo indebidamente drogas o empleando métodos prohibidos en el deporte.

Por lo tanto, según las verbalizaciones de los deportistas, las motivaciones que los conducen al consumo o empleo de técnicas, son las que se enmarcan dentro del ámbito deportivo, social y familiar: para huir de la presión de la realidad, para ganar, para lograr mayor velocidad, etc.; a nivel personal para incrementar la autoestima, experimentar diversas sensaciones que provoca el éxito, para evitar la descalificación de los medios de comunicación. Para los deportistas el abanico de motivaciones abarca desde la curiosidad y deseos de triunfo hasta la búsqueda de placer, de gozo pero en el pico más alto, están los problemas generados por las presiones familiares y entrenadores.

“lo hacen para rendir más y por el deseo de triunfar” (E.321)

“Si uno es profesional y si de su deporte vive me parece que como cualquier otro “trabajo” debe realizarse con responsabilidad y sin sacar ventaja, pero hecha la ley hecha la trampa” (E.1117)

“muchas veces son presionados por los entrenadores y dirigentes del club” (E.843)

“Los medios de comunicación a veces son crueles con algunos deportistas, los presionan con comentarios que exageran a veces sus rendimientos, lo que a veces los lleva a muchos a consumir algo para poder seguir siendo el “heroe o el dios” (E.456)

“los periodistas deportivos deben saber que son hombres o mujeres y que no siempre pueden ganar, pero que deben competir siendo honestos”. (E. 1020)

3.-Representación de las posibles modalidades de abordar el fenómeno del uso indebido de drogas o de métodos en el deporte: prevención

Desde el marco de las acciones se pueden abordar diferentes tipos de ayudas para revertir el problema del doping, se destacan: dejar el tema en manos de especialistas, confiar en el grupo de pares, valorizar el entorno familiar, comunitario o escolar.

En nuestro estudio, los deportistas coinciden en su mayoría efectuar diversas actividades comunitarias con mayor información, educación y conocimiento de los objetivos del deporte, campañas, charlas y mayor control.

“Me parece que si hubiera más controles de antidoping reduciría el nivel de doping en los deportistas. Al no haber control consumen sin tener un limite...” (E.575)

“Creo que la mejor forma de evitar el doping entre los deportistas es la prevención, informar sobre los riesgos del consumo de drogas es esencia para lograr que el deporte sea una actividad sana y de recreación” (E.1466)

Así podría seguirse transcribiendo las expresiones de estos deportistas, donde la mayoría sostiene que la educación y la información es el camino que conduce a mejores metas para atenuar el problema del doping en el deporte. Las estrategias son **“educación e información”** dos vocablos que transmiten un mensaje muy claro y profundo y que está dirigido a los padres, autoridades deportivas, entrenadores, deportistas en general, etc. ya que la mayoría asegura que en los espacios deportivos no se trata el tema y consideran que el mismo es ignorado o poco considerado.

4. Representación del deportista como ser social en relación con el uso indebido de drogas o técnicas en el deporte: consumidor – no consumidor.

El imaginario del doping tiene para los deportistas su connotación que está centrada para muchos en los efectos sobre el rendimiento del deportista en la performance, que puede generar adicción o vicio y que para algunos puede ser perjudicial y llevar a la pérdida de la salud. *“El consumo de sustancias prohibidas pueden traer beneficios en el rendimiento, pero daña la salud”* (E.721)

Ellos, en su mayoría indican que los efectos actúan sobre el organismo, generando una enfermedad, por lo tanto, es necesario advertir de los peligros y del mal uso. La connotación es pues, en este caso, más pragmática, en la medida en que se refiere a las consecuencias perversas del consumo de drogas o aplicación de técnicas ilegales

en el deporte. “El deportista que consume drogas puede mejorar el rendimiento pero juega en contra de la ética y en especial de la salud” (E.579)

En relación al mundo del no doping, el del “juego limpio” el imaginario para los encuestados, tiene la representatividad del carácter de ética, de la no violencia, de las buenas relaciones, del juego leal, reconocer los valores que sostienen al deporte, la satisfacción con lo que se es, la felicidad de los logros alcanzados mediante el esfuerzo, la aceptación de la derrota, como la alegría, la salud y la vida.

Perfil	Grupo periférico
Consumidor	<ul style="list-style-type: none"> -Deportistas: - con grandes problemas personales de baja autoestima. - que se sienten solos, - muy presionados socialmente. - que necesitan que los informen y eduquen sobre el doping y prevención. -Sin ayuda, que carecen de información sobre los efectos nocivos
No consumidor	<ul style="list-style-type: none"> Deportistas: -que tienen familia, entrenador que los controla, los informa. -que reconocen los valores del deporte. -responsables. que saben escuchar.

Aquí es importante considerar como se ponen en evidencia los factores que ayudan a prevenir el dopaje, son los factores preventivos. En cambio, hay los que contribuyen o incrementan el riesgo de que se desarrolle algún problema por ese motivo en los deportistas, son factores de riesgo.

La investigación revela que los padres y responsables que están al lado de los deportistas, que se involucran en sus vidas se deben convertir en los factores preventivos más poderosos, esto lo reafirman algunos deportistas, pero un grupo numeroso confirman que son factores que ejercen presión sobre el deportista, lo cual

recurren al doping. Además, otros, los incluyen en su rol de comunicadores e informantes sobre las problemáticas que los afectan a causa del dopaje.

5.-Representación del grado de implicación de los diferentes actores sociales en la problemática del doping: publicidad y deportistas.

Aunque los medios periodísticos, culturales y deportivos favorecen la estructuración de configuraciones conceptuales, ellos no reproducen exactamente lo mostrado por los medios, aunque reconocen que son la principal fuente de información. A juzgar por las respuestas, tamizan dicha información a través de sus marcos conceptuales, y muchos realizan un análisis crítico sobre la presión que ejercen los periodistas deportivos. Aquí, también consignaremos las producciones deportivas de los medios de comunicación, que aparecen con fuerza las representaciones sociales que han construido los deportistas de Córdoba.

El proceso de la nueva realidad, a lo cual lo ponen de manifiesto, cuando expresan que se ha establecido una fuerte presión sobre los periodistas para servir a intereses comerciales, motivo por el cual han creado una imagen distorsionada de los ideales deportivos y de algunos deportistas.

El deporte de producción está en crisis debido a los escándalos de doping y a la corrupción creciente en el mercado de comercialización. La adopción del deporte por los medios, las nuevas características de las organizaciones deportivas mundiales, y la aparición del patrocinio y la sponsorización ha modificado el rol del periodismo deportivo y ha afectado a los deportistas. Este proceso ha destacado una seria dificultad y un fuerte dilema para éste, pero que está presente en las representaciones de los deportistas federados de la Provincia de Córdoba.

Por ejemplo:

“Ser un deportista de éxito, no importa el costo” (E.678)

“Los periodistas y los que sponsorizan a los deportistas les piden que rindan cada día más, sin reconocer que a veces puede presentar dificultades y por ello no dejan de ser muy buenos deportistas” (E. 243”

“Más información, mas asesoramiento médico en lo que se consume, tomar conciencia en cuidar a los deportistas en vez del bolsillo de los clubes o representantes” (E.306)

El análisis de los contenidos deportivos de los medios de comunicación muestra múltiples desequilibrios y desigualdades que deberían ser corregidos. Los mass-media crean los estereotipos del deporte “el héroe” el dios” o el “cobarde” “fracasado” y son responsables de la cultura del deporte imperante en la sociedad moderna.

“En estos momento los deportistas de élite están soportando la acción de los sponsors y los periodistas que ofrecen la imagen que siempre tienen que ser exitosos, “heroes”” (E.749)

6.-Representación de la acción preventiva y educativa ante el problema del uso indebido de drogas en el deporte.

Los deportistas, antes la ignorancia sobre estos temas del dopaje, reiteran permanentemente que la información y la formación son el eje por donde pasa la prevención, reclaman que en los proyectos de preparación deportiva se incluyan espacios y contenidos referidos al doping, ya que *necesitan “mucha información sobre los efectos nocivos que generan la pérdida de la salud” (E. 52)*, la mayoría explica que en la práctica deportiva no se habla sobre este tema y si se lo hace son escasos los temas y los espacios en que se tratan, aunque a veces se solicita la ayuda de un especialista.

En su mayoría no visualizan a la institución deportiva: clubes, gimnasios, universidad u otros lugares deportivos como espacio de acciones preventivas y educativas dentro del marco de cualquier deporte, ellos sostienen que es necesario la presencia de especialistas, de entrenadores capacitados y de espacios de formación e información, aunque reconocen que se habla, en muy pocas veces.

7.-Representación de quienes consumen drogas en el deporte

La mayoría considera que son los varones, en menor medida las mujeres pero un gran número sostiene que ambos consumen drogas o emplean técnicas en la práctica del deporte. Estos ejemplos los observamos en las competencias internacionales, aunque en nuestra realidad son los hombres lo que más sean destacados por hacer uso del doping.

8.-Representación del “rol de la institución deportiva”

Como síntesis de lo ya expuesto en las diferentes representaciones, se puede afirmar que para los deportistas el rol de la institución deportiva es esencial en la formación y desarrollo de deportivo como formativa en el abordaje de los temas inherentes al doping y su prevención. Esta función es fundamental y necesaria para revertir en parte esta problemática que afecta a todos, deportistas y sociedad.

Por lo tanto exigen que se desarrollen contenidos, se analicen las Leyes que tienen la finalidad de reguardar la lealtad y el juego limpio en el deporte, tomando en consideración la preservación de la salud, desde que se inician en la práctica de un determinado deporte o en el ámbito del club, escuela, gimnasio, etc. Pero también tienen la idea de que los entrenadores deportivos, y otras personas relacionadas con ellos no están preparados, y que debe abordarse la temática en forma continuada y permanente, ya que sostienen que una charla o la escasa información no colman las expectativas por ser temas revelantes a su desempeño deportivo y personal. Reiteran permanentemente que se debe educar e informar, para conocer el tema en profundidad, para asumir conductas acordes con los valores deportivos.

5.2. DISCUSIÓN DE LAS DIMENSIONES QUE CONSTITUYEN LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DE LAS PERSONAS RELACIONADAS CON LOS DEPORTISTAS DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA (ARGENTINA) SOBRE EL DOPING Y SU PREVENCIÓN.

El tema central de esta sección de la presente investigación es el análisis de los resultados obtenidos en la entrevista a personas que se relacionan directamente con los deportistas federados o amateur: entrenadores, médicos, periodistas deportivos, profesores de educación Física.

La interpretación de los resultados se basa en el marco teórico referencial, se decir, se justifican en base a lo que ya se ha expresado sobre el tema.

Expondremos un análisis a modo de síntesis de los datos analizados en el estudio, en relación a cada una de las siguientes dimensiones: representaciones del concepto de doping, representaciones sobre modos y conductas de consumo, representaciones de

medidas preventivas del doping, representaciones de deportistas que se dopan o no, representaciones de la implicación de diferentes actores asociados al deportista.

1º. Representación del concepto “doping”

La complejidad de este tema, sumada a toda la repercusión social que está teniendo y toda la publicidad que se le da en los medios de comunicación, es necesario determinar cuales son las representaciones sociales de las personas relacionadas con los deportistas de distintas disciplinas y colectivos de la Provincia de Córdoba, para luego intentar abordar el tema de la educación antidoping de la mejor forma posible. La mayoría de los entrevistados lo asocian con el control que se le hace al deportista 21%, otro gran número de respuestas estuvieron incompletas, un muy bajo porcentaje los hizo bien 10% y algunos manifiestan que no sabían 7%.

También, es importante tener en claro el significado que ellos le otorgan a la palabra “dopaje” o “doping”. Primero, para algunos el doping se representa como “*un control que se le hace a un deportista*” (P.05). En cambio, la mayoría reconoce el consumo de sustancias dopantes o técnicas, estando algunas incompletas y otro grupo no respondió.

El primer foco de atención de las representaciones sociales del dopaje en las definiciones son los datos de las sustancias dopantes. Para ellos representan un proceso peligroso para la salud, el cual deja secuela y afecta el equilibrio del cuerpo y la psiquis del deportista: “*...consumo de sustancias que alteran el organismo para mejorar su condición física*” (P.4) “*... peligroso para la salud*” (P. 9). Esta definición es menos importante, ya que sólo representa el 23 % de la población entrevistada.

El dopaje es visto como un proceso artificial, no natural ya que las sustancias dopantes se oponen a todo lo que el cuerpo segrega, son externas, es “*la ingesta de sustancias que le permiten aumentar su rendimiento habitual*” (P.29); “*...sustancias capaces de modificar las sensaciones, el estado de ánimo,...*” (P.3). esta definición del dopaje llega a 34%.

El doping puede representar una auto-desposesión y una trampa. Algunos deportistas creen que tomar la droga, factor externo implica transgredir las normas y los valores del deporte. En estos casos el ideal moral gobierna la formación, el doping es trampa, lo cual les impide disfrutar de una victoria de alguna medida “robada”, *el doping es*

un enorme error, rompe los códigos en todos los órdenes” (P.102), *“...cómplice directo de una farsa que engaña y muy principalmente al principal actor (deportista)”* (P.98). En total, 10% de la población de estudio asume esta concepción.

También se define al doping en relación a sus efectos. Dos efectos opuestos prevalecen, por consiguiente: los efectos de trascender el dolor y efectos sorprendentes o incluso mágicos. Los deportistas explican el interés del dopaje como un hecho para *“ir más allá del dolor”* (P.45) *“son aquellas sustancias capaces de...conseguir la supresión de un dolor”* (P. 141). Los efectos sorprendentes son los más considerados, los que empujan el cuerpo más allá de los límites humanos, ya que el deportista tiene la ventaja de poder almacenar más trabajo físico y lograr mayores ventajas, *“incrementar el rendimiento deportivo”* (P. 12), *“...consumo de sustancias que altera el organismo para mejorar su condición física”* (P. 104) El dopaje se define en relación con sus efectos para el 33% para la población de personas relacionadas con los deportistas.

Asociaciones con la palabra “doping”

La estructura organizacional y jerárquica relacionada con la palabrea “doping” establecida por los entrenadores, médicos, profesores, dirigentes, etc., está constituida por el núcleo central y su grupo periférico

Con relación a las distintas asociaciones podemos lograr la estructura representacional de las personas del entorno deportivo de los deportistas de la Provincia de Córdoba, siendo los elementos esenciales de la relación con el doping son:

Objeto de asociación	Grupo periférico	Grupo centro
palabra	Trampa Ilegalidad Deslealtad Fraude Facilismo Frustración	Drogas Rendimiento Presión Pérdida de la salud Contra valores/ley deportiva

En el análisis de las evocaciones jerarquizadas, obtenemos para el grupo:

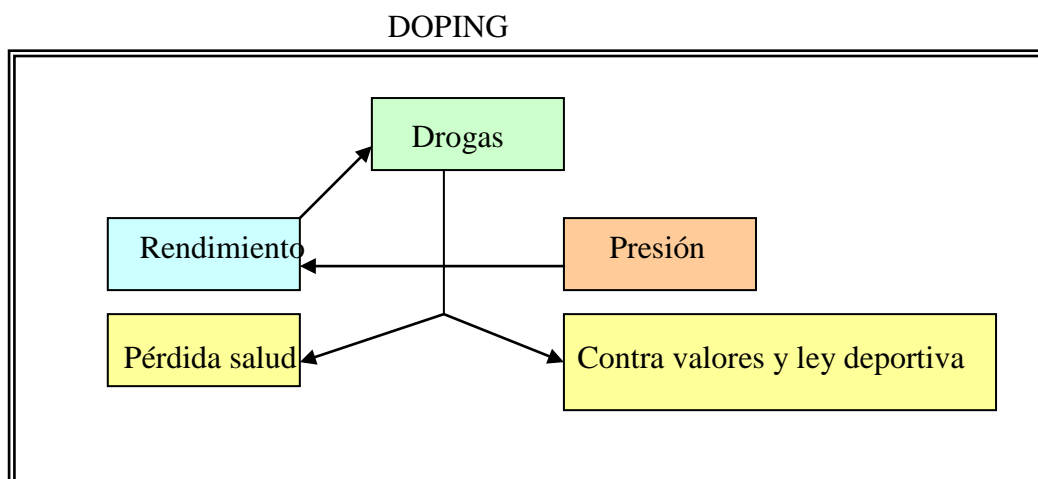
Por la Frecuencia	Grupo de deportistas
Zona nudo central	Drogas Rendimiento
Zona primera periferia	Presión Pérdida de la salud Contra los valores y ley deportiva
Zona segunda periferia	Trampa Ilegalidad Deslealtad Fraude Facilismo Frustración

Las Representaciones Sociales se ponen en evidencia cuando se produce el anclaje del núcleo central y el sistema periférico, de esta manera se logra el significado y el sentido a todas las actividades del grupo entrevistado. Los núcleos centrales, son muy diferentes a las zonas periféricas.

Las personas del entorno deportivo del atleta resaltan en el núcleo central uno de los elementos que se utilizan en el dopaje: drogas y luego los efectos: rendimiento, en la primera zona: las causas o motivos: presión, pérdida de la salud y que raya con los valores y ley deportiva., en cambio la segunda zona periférica: trampa, ilegalidad y culmina con frustración.

El esquema de la organización relacional del núcleo de la Representación Social de doping, es el siguiente:

Fig. N° 4. Organización del núcleo central de Representación Social de “doping”, según las personas del entorno de los deportistas.



Observamos que las palabras que conforman el núcleo de la representación de doping en función de sus elevadas frecuencias, son palabras que revelan la presencia de las “drogas” como consecuencia de las “presiones” para lograr el efecto del rendimiento y también las consecuencias que son la pérdida de la salud y la contravención de valores, leyes del deporte.

Drogas y técnicas utilizadas en el dopaje

En general, el conocimiento que tienen sobre las drogas y técnicas las personas que se relacionan directamente con los deportistas de la Provincia de Córdoba, demuestra un mayor nivel científico. Las drogas son denominadas, en general con los nombres específicos, aunque a veces se observan algunos casos de error. También consignaron algunas técnicas que se usan pero el nivel de desconocimiento es muy grande 25%, “*se que son múltiples, pero desconozco cuales son*” (P.25) incluyendo a veces técnicas o sustancias incorrectas, por ejemplo:

Drogas	Técnicas o métodos
Anabólicos Estimulantes Esteroides Cocaína Energizantes Cocaína, Diuréticos, Anestésicos Medicamentos, etc.	Transfusiones de sangre Aplicarse aire en el estómago

Con relación a los datos logrados sobre el vocabulario conocido, los entrevistados poseen un vocabulario más acotado y próximo al científico; aunque se observan escasos conceptos relativo a los métodos, “*suelen realizar cambios de sangre en su organismo*” (P.9). En cuanto a las drogas el mayor número lo hace con estimulantes, anabólicos, energizantes, hormonas, analgésicos, entre otras.

2º Representación sobre modos y conductas relacionadas con el dopaje.

El estudio de las representaciones del doping permite comprender lo que significa el fenómeno para los propios deportistas y las personas de su entorno deportivo, dentro

de ellas las estrategias mediante las cuales se justifica o se rechaza. En los ámbitos deportivos, especialmente donde concurren deportistas federados reconocen la existencia de casos de doping (28%), aunque un elevado porcentaje lo rechaza o manifiesta que en su ambiente no existe el dopaje (72%).

El dopaje, o sea el consumo de drogas o de métodos ilegales, en el deporte aparecen entre los entrevistados como una práctica poco habitual, aunque condenan al que se dopa, *“me preocupa y mucho porque es una actitud totalmente deshonesto”* (P. 1).; *“consiguen el éxito pero al ser descubiertos son humillados por la realidad del doping positivo y a nosotros los argentinos nos pegó fuerte y duro cuando nuestra máxima estrella del fútbol, Diego Maradona (1994) era expuesto al mundo entero”* (P. 102).

Entre las justificaciones del dopaje que consideran como más probables están las referidas a presiones del propio deportista, ya que necesita mejorar su rendimiento deportivo, sacar ventaja, ganar a cualquier precio, entre otras. Consideran que el atleta presenta una debilidad física o psíquica *“...el atleta llega al doping porque no es lo suficientemente fuerte, que carece de límites en la familia o ámbito deportivo, con gran frustración en sus logros...”* (P: 144)

Además reconocen otras causas relacionadas con lo social o ambiental: la presión de los entrenadores, los empresarios /sponsors *“todos sabemos que es una industria comercializada por mucha gente sin escrúpulos,... la gente “cae” por este negocio tan rentable”* (P.02), los medios de comunicación *“la prensa hace que el deportista menos destacado sea el sobresaliente de un juego y después, pasa a ser el mediocre”* (P.44) , los periodistas deportivos *“buscan al atleta de moda para elogiar o pasar, de ser un excelente deportista a ser el peor”* (P.4), la sociedad en general y los padres *“fundamentalmente, se debe lograr mayor conciencia familiar en los valores deportivos”* (P:15)

Esta población, el 37% considera que el dopaje es atribuido a causas de tipo individual o sea del propio deportista.

Las motivaciones para el consumo

Los entrenadores, médicos, periodistas, profesores de Educación Física, sostienen que los deportistas de alto rendimiento viven dos efectos ambivalentes, que se oponen entre si: por un lado el desaliento, el estrés o la frustración y por otro lado una forma de desafío, triunfo.

“Por inseguridad, se exige y se esfuerza más de sus posibilidades y como ve lejos el triunfo busca ayuda en las drogas” (P. 138)

“deportistas consagrados son reconocidos en el planeta y esto significa fama, sponsors, dinero...y esto puede llevar al deportista a llegar cueste lo que cueste, incluso consumir” (P.2)

Sin embargo, en esta investigación se ha logrado construir el entretrejo de las representaciones sobre las razones por las cuales se empieza y se continúa consumiendo indebidamente drogas o empleando métodos prohibidos en el deporte. Por lo tanto, según las verbalizaciones de las personas del entorno de los deportistas, las motivaciones que los conducen al consumo o empleo de técnicas, son las que se enmarcan dentro del ámbito deportivo, social y familiar, por ejemplo: para huir de la presión de la realidad, para ganar, para lograr mayor rendimiento, velocidad, para eliminar el dolor, etc.; y otra a nivel personal para acrecentar la autoestima, experimentar diversas sensaciones que provoca el éxito, para evitar la descalificación de los medios de comunicación.

“La sociedad, la familia, los de su entorno deportivo necesitan un deportista triunfador, un “dios”, no interesa como puede lograrlo” (P.23)

“El atleta debe mantener su nivel de exigencia y si no lo alcanza o mantiene el nivel debe recurrir a utilizar alguna sustancia para mantenerse, no importándole los principios del buen deportista y poder seguir en vista de todo el mundo” (P. 78)

3.-Representación de las posibles modalidades de abordar el fenómeno del uso indebido de drogas o de métodos en el deporte: prevención

En el ámbito social y deportivo es fundamental dilucidar cuales son las representaciones que sostienen la prevención del fenómeno del dopaje. Aparece como una necesidad sentida por la mayoría de los entrevistados (76%), ya que actualmente en el ámbito de Provincia de Córdoba se encuentra muy descuidado este aspecto preventivo. *“Es necesario implementar medidas que apunten no sólo a superar el problema ya instalado en clubes, gimnasios, instituciones deportivas, sino que considere a los niños, adolescentes deportistas y a quienes aún no han acudido al dopaje” (P. 138)*

En esta expresión se visualiza el derecho de todos los deportistas federados o amateurs de estar amparados por el derecho a la salud y la seguridad, lo cual justifica el derecho de participar de una educación antidoping, aunque 66% no lo hace y solamente el 34% aborda espacios para referirse al mismo.

Aunque el dopaje es rechazado, la lucha contra el dopaje puede ser visto por algunos como una lucha innecesaria. Los argumentos de relieve son el carácter inmutable del dopaje: uno se basa en la incapacidad de los sujetos de afrontar las exigencias de la competencia *“uno se está asegurando el futuro, expresan algunos atletas”* (P.32) y en la perversidad de una posición general, *“pienso que si un técnico estimuló e incentivó o exigió el uso de drogas es una persona en decadencia, que no le importa la salud del deportista.”* (P. 5).

Los argumentos y el dopaje como una enfermedad incurable parecen ser los requisitos del alto nivel que no pueden distraer al deportista de la meta final, de alcanzar el éxito o la victoria. Algunos aspectos de la tecnología y la política de dopaje en el ámbito deportivo del atleta son también importantes. *“Las técnicas de dopaje son más rápidas que las técnicas de detección”* (P. 55)

En relación a las acciones que desarrollan en las instituciones deportivas donde desarrollan su actividad están: las charlas *“informales y cuando toma estado público algún caso de doping”* (P.25), espacios de información, contratación de especialistas en el tema, mínimas recomendaciones, diálogos espontáneos.

Entre los que manifiestan que recurren a especialistas justifican estas decisiones *“para informar acertadamente”* (P.2), *“no estoy preparada”* (P.65), *“porque me parece que hay que trabajar en equipo y respetar a cada colega en su especialidad, así uno trabaja más seguro”* (P. 8), *“si, con una buena educación antidoping”* (P.15)

Se puede seguir transcribiendo las expresiones de estas personas que conforman el entorno de los deportistas, donde la mayoría cree que la educación y la información es el camino que conduce a disminuir el problema del doping en el deporte de la Provincia de Córdoba. Cuando señalan la *“educación antidoping”* dos vocablos que transmiten un mensaje profundo dirigido a los padres, autoridades deportivas, entrenadores, deportistas en general, periodistas, empresarios, etc. ya que la mayoría afirma que en las instituciones deportivas no se trata el tema por ser ignorado o poco considerado.

4. Representación del deportista como ser social en relación con el uso indebido de drogas o técnicas en el deporte: consumidor – no consumidor.

Otro polo de análisis de las Representaciones Sociales de las personas relacionadas con los deportistas de la Provincia de Córdoba son las posibles causas del dopaje. Considerando las mismas, estas pueden ser de tipo individual y de tipo social o ambiental.

Con relación a las causas individuales, es decir propias del deportista, son por ejemplo el deseo de ganar, el de conservar su nivel o marca, la falta de confianza en sí mismo lo llevan a adoptar al doping, sin importar las consecuencias o los valores del deporte. Desde esta perspectiva, aportamos una definición de dopaje como una forma de comportamiento de riesgo que obliga al deportista a existir sólo a través del rendimiento deportivo, bajo la autoridad exclusiva del aquí y ahora, y renegando de los valores del deporte. *“Lo hacen para tratar de rendir las exigencias físicas en el evento sin entrenar o tratar de mantenerse ganando dinero sin exigirse físicamente”* (P.99). *“es a través de medios no permitidos y no respetando el cuerpo, para olvidar el dolor o la fatiga”* (P. 123)

También los medios de comunicación y las cuestiones financieras (sponsors, recompensas, etc.) ejercen presión sobre los deportistas por lo cual llegan a utilizar el dopaje, porque *“tiene que brillar”*. *“¿Por qué? Los deportistas no están preparados psicológica, educativa, cultural o socialmente para saber como es la vida y el ritmo de competencia”* (P.9)

Dentro de estas representaciones están los sujetos que deniegan el dopaje, y existen cuatro motivos que fundamentan su rechazo: una razón biológica *“los deportistas deben comprender que el éxito se logra con la mente y el cuerpo”* (P:83), una razón moral *“...se necesita únicamente lealtad y el esfuerzo propio del atleta”* (P.19), una razón médica *“Hay riesgos para la salud”* (P.4) y una razón de carácter técnico, *“en mi deporte, se necesita talento, precisión, táctica, entrenamiento y no uso del doping”* (P.135).

También la mayoría de los entrevistados (94%) consideran que se puede ganar en el deporte sin acudir al doping, algunos afirman que: *“De por sí cuando uno realiza un deporte lo hace porque le gusta y por ello no se necesitan sustancias extras, con un*

buen entrenamiento, ganas, constancia, dedicación, esfuerzo, definitivamente se puede lograr muy buenos resultados” (P.16)

“En igualdad de condiciones triunfará aquel que posea técnica- táctica y físicamente esté más apto y mejor entrenado en lo corporal, mental y espiritual...” (P.1)

5. Representación del grado de implicación de los diferentes actores sociales en la problemática del doping: publicidad y deportistas.

La problemática del dopaje hay que abordarla y analizarla desde aquellos actores sociales, que no son parte de la propia práctica activa del deporte pero que, indudablemente, configuran e influyen directamente en el mismo. El rol del periodista deportivo aparece con fuerza en estas representaciones, ya que la globalización del deporte ha creado riquezas para un grupo pequeño de instituciones y de medios de comunicación, generando modificaciones en el campo deportivo, social y ético.

El problema del dopaje es una consecuencia de un sistema donde prevalecen los símbolos del “éxito social” y “de seguridad” y que se evidencian en los medios masivos de comunicación y periodistas deportivos. Como consecuencia de esta realidad, los deportistas costean su “victoria”, atentan contra su “salud” y transgreden los valores deportivos y personales.

“Mi opinión es tajante, si esto ocurre es lamentable desde todo punto de vista: por el lado del deportista, no se tiene en cuenta al ser humano. Lo aísla del mundo normal, del mundo lógico, lo aleja de conformar una familia. Con consecuencias que pueden llegar a ser fatales. Obviamente que todo el peso de la ley debería caer sobre quien sea responsable de semejante acto inhumano” (P. 112)

Solo un periodismo deportivo con mayor capacitación, preparación y espíritu crítico podrá contribuir a un conocimiento más integral del deporte por parte de la sociedad, donde se defiendan los valores sociales del deporte. Por ejemplo:

“Los medios de comunicación impulsan a los deportistas, por las presiones que permanentemente les producen sin importarles que éstos son personas, que al igual que ellos, tienen diversos estados durante su vida. Priorizan lo económico ante lo humano y aquí es donde se desvirtúa lo deportivo y humano” (P.106)

“Los medios de comunicación impulsan al deportista al uso del doping porque los idolatran y ejercen presión” (P.15)

6.-Representación de la acción preventiva y educativa ante el problema del uso indebido de drogas en el deporte.

Los deportistas y muchas personas de su entorno, como el profesor de educación, reclaman con urgencia el abordaje de la educación antidoping, expresa lo siguiente:

“No hay programas de concientización. Porque las instituciones no lo tienen, pero nosotros, los profes y entrenadores, tampoco lo pedimos y somos los principales culpables. A partir de esto voy a concienciar a los dirigentes para poner en marcha programas de formación e información” (P.1)

“No se habla sobre este tema, salvo en casos de excepcion, no sabemos mucho sobre el tema” (E.94)

A partir de esta confesión, se puede confirmar la ignorancia sobre estos temas del dopaje, en entrenadores, dirigentes, etc., donde en algunas instituciones contratan un especialista sobre el tema. Son partícipes del criterio que el deporte, como institución social, debe valorizar al hombre he inducirlo a incentivar interacciones sociales que fortalecen la solidaridad, la lealtad y la armonía entre los hombres, pero, la dimensión de los hechos exige profundizar en la educación no solo de los protagonistas principales, los atletas, sino en todos los que lo rodean.

“Nada puede superar un logro deportivo, basado en el entrenamiento, en la educación y acciones de prevención” (P.22)

De ahí que estamos convencidos que el factor por excelencia para incidir en la mente de los atletas y en la sociedad en general es la educación antidoping, porque educar es prevenir, es reflexionar sobre preceptos básicos del deporte, es esbozar lecciones de gran durabilidad, es disponer de conocimientos utilitarios, es enseñar sabiamente, es propiciar un aprendizaje de convicciones, es forjar, es formar en la vida y para la vida deportiva. *“para el verdadero deportista es entrenar, es recorrer un camino donde nuestro cuerpo y mente nunca se separan; es ponerse a prueba que entrenando sanamente se logra y queda para toda la vida, es un estilo de vida. El deporte me educó; me enseñó; me señaló el camino de la Vida sana, ese es mi estilo de Vida”* (P.8; ex - deportista y actual entrenadora, Tancacha, Provincia de Córdoba)

Observamos que entrenadores, médicos, dirigentes, etc. reconocen sus carencias personales e institucionales sobre el desarrollo de programas educativos sobre el

antidoping, pero son conscientes que la mejor prevención es la educación. La educación anti-doping hay que considerarla en su vertiente preventiva, pues no se hace lo suficiente con instrumentar acciones que incidan cuando el problema se desencadene, toda la labor debe dirigirse hacia quienes aún el flagelo no los ha sacudido.

Hay que prevenir, no sancionar; es más sabio, por eso es mejor educarlo en la protección de su condición humana y de su integridad moral.

“En igualdad de condiciones triunfará indudablemente aquel que técnica-táctica y físicamente esté más apto y mejor entrenado pero no solamente en lo corporal sino también en lo mental y espiritual.... El ser humano es una unidad al cual debemos formar integralmente para que los logros positivos no sean deportivos sino también “HUMANOS” (P.1)

7.-Representación de quienes consumen drogas en el deporte

La mayoría considera que son los varones, en menor medida las mujeres pero un gran número sostiene que ambos consumen drogas o emplean técnicas en la práctica del deporte. Estos ejemplos los observamos en las competencias internacionales, aunque en nuestra realidad son mayoría los hombres que sean destacados por hacer uso del doping.

8.-Representación del “rol de la institución deportiva”

Dentro de este análisis de las representaciones es relevante considerar cual es el rol de la institución deportiva: clubes, gimnasios, escuelas, etc. en la formación y educación de deportistas y personas relacionados con ellos. Ante el no abordaje de propuestas de educación antidoping, se considera que son responsables de desarrollar diversas estrategias para la educación antidoping. *“En el ámbito que me muevo no hay un programa de educación respecto al uso de drogas. Pero se debe porque es la forma de obtener buenos resultados y más siendo que está en juego la salud” (P.16)*

Los entrenadores afirman que no están preparados, que poseen poca información, motivo por el cual limitan su desempeño deportivo y personal.

“También las instituciones son responsables de la formación de los entrenadores, preparadores físicos, médicos, etc. porque ellos son los responsables de los deportistas” (P.25)

Es obligación de toda institución deportiva, según la ley de: *“Art. 7, c) Difundir entre sus integrantes los contenidos preventivos básicos sobre el doping deportivo”*.

9.- Otros aspectos representacionales de las personas que conforman el entorno de los deportistas.

a) Soluciones al problema del doping en la Provincia de Córdoba:

La mayoría sostiene que con buenos programas educativos, campañas de concientización, donde se involucren todos, especialmente los que tienen relación directa con el deporte, especialmente del Área Gubernamental.

Ellos expresan que:

“Involucrando a todos, a todas las instituciones deportivas que forman parte de nuestra sociedad y a los mismos deportistas” (P. 6);

“con una buena política y programa deportivo orientado a la actividad sana, implementando la obligatoriedad de controles antidoping en todas las disciplinas deportivas a todo nivel, con sanciones.” (P.11)

Aquí se reitera a igual que lo hicieron los deportistas, la falta de control en todas las disciplinas, por parte de las Secretaría de Deportes, y expresan que no existe en la ciudad de Córdoba un laboratorio para realizar los estudios correspondientes.

b) Conocimiento de la Ley 24 819 y 25387 con sus modificaciones:

Esta norma es fundamental porque toda persona relacionada con el deporte y todo deportista, deben conocerla y analizarla profundamente, ya que *“La finalidad de la presente ley es reguardar la lealtad y el juego limpio en el deporte, tomando en consideración la preservación de la salud”*. (Ley 24819, Art. 1; Argentina).

Sorprendente fue comprobar que la mayoría de los entrevistados (70%) desconocen la Ley que reglamenta el control antidoping en Argentina, aquí se establece una conjunción o un encuentro cuando declaran poseer escasos conocimientos sobre el doping y su prevención, motivo por lo cual no hablan sobre el tema. *“tengo conocimiento que existe la ley 24819 “Lealtad y juego limpio”, pero no podría*

hablar o escribir sobre ella por falta de conocimiento de la misma” (P.2, periodista deportivo) Algunos pocos manifiestan un conocimiento muy superficial de la norma, por ejemplo que:

“Lealtad, se refiere ser fiel a los principios democráticos y deportivos...” (P.3)

“Se conoce como la ley pareja para todos” (P.11)

c) Conocimiento que se está involucrado al mismo nivel judicial que el deportista en lo concerniente al doping:

La mayoría de los entrevistados, más del 70% expresa que desconoce la Ley por lo tanto no está informado sobre el: *“Art. 11, Será reprimido con prisión de un mes a tres años, si no resultare un delito más severamente penado, el preparador físico y/o psíquico, entrenador, director deportivo, dirigente, médico y paramédicos vinculados a la preparación y/o a la participación de los deportistas, y/o todo aquel que de alguna manera estuviera vinculado a la preparación y/o a la participación de los deportistas; que por cualquier medio facilitare, suministrare y/o incitare a practicar doping. Si las sustancias suministradas fueran estupefacientes la pena será de cuatro a quince años”.* (Ley 24918).

Ellos dicen que: *“Si, por supuesto y considero que debe haber sanciones ejemplares para entrenadores y deportistas”* (P.111)

Desconozco, pero considero una falta muy grave la utilización de estímulos para mejorar el rendimiento físico-psíquico” (P.4)

d) Opinión sobre la relación deporte – doping de acá diez años:

Ante esta cuestión se logra visualizar una falta de confianza para lograr mejores resultados en relación al doping en el deporte. Algunos dicen: *“con mayor intensidad, muy mal”*; *“con nuevas sustancias y técnicas”*; *“con carencia en programas de prevención”* *“con falta de especialistas”*.

Otro grupo de entrevistados se imaginan espacios con *“educación antidoping”*, *“con capacitación a periodistas, entrenadores, etc.”* También están las personas que no se imaginan o no contestaron.

5.3. CONCLUSIONES DE LOS RESULTADOS.

En resumen el mapa o estructura representacional de la población estudiada sobre el doping y su prevención, es el siguiente:

1. La trama cognitiva de las Representaciones Sociales que surge de los conocimientos no son integrales en general, ya que coexisten puntos de vista diferentes e inexactos: para unos el doping es el consumo de drogas y la aplicación de técnicas, que genera la posibilidad de lograr mayor rendimiento, mayor potencia, que producen placer, y para otros que le lleva a la pérdida de la salud y para la mayoría, es un control para determinar el consumo de sustancias en deportistas, que favorece la performance, aquí se manifiesta un error en la construcción del concepto científico de doping. En ambos grupos de estudio se detectó que no poseen un conocimiento claro sobre el concepto de “doping”, ya que es confundido con antidoping, siendo mayor el porcentaje entre los deportistas federados y amateurs.
2. Analizando con mayor profundidad la trama del dopaje se define como peligroso para la salud pero revela pequeñas diferencias entre las poblaciones estudiadas, en las personas relacionadas con los deportistas es más intensa, con mayor conciencia, en cambio tiene menor nivel en los deportistas. Cuando se define al dopaje como un proceso artificial, antinatural caracteriza a las personas encuestadas y entrevistadas. Cuando hay una desposesión de sí mismo, que afecta principalmente a la resistencia, velocidad, rendimiento, y potencia hay una aceptación generalizada por los deportistas y cuando se definen en relación a sus efectos, es una peculiaridad de los sujetos de ambos grupos. Por último, el dopaje reconocido como un derecho violado caracteriza a los hombres del deporte de Córdoba.
3. Las opiniones de los deportistas federados y amateurs relativos al dopaje son centrales y muy arraigadas con relación a los efectos como resistencia, velocidad, en cambio las personas de su entorno deportivo está más establecida la pérdida de los valores éticos y deportivos y la pérdida de la

salud, sosteniendo encuestados y entrevistados que a veces lo hacen por la fuerte presión social y familiar, de los beneficios económicos, de su entorno deportivo y también por su propia personalidad. Entre los deportistas es mayor la incidencia que sostiene que la causa principal es la presión del propio deportista.

4. Los encuestados y entrevistados, en general, demuestran un cierto conocimiento sobre las drogas usadas en el dopaje. Pero en cambio los deportistas manifiestan confusión o desconocimiento de las técnicas, a veces, señalando drogas, medicamentos o técnicas equivocadas para el dopaje, y drogas usadas como medicamentos y a las drogas ilegales. A estas últimas las denominan con nombres vulgares, por ejemplo “pepa”, faso”. En cambio, establecen diferencias y reconocen los efectos adversos de las drogas y técnicas ilegales que alteran las funciones del organismo afectando la salud.
5. El análisis de los datos correspondientes a los deportistas y personas de su entorno deportivo reveló que los que consumen más drogas en el deporte son los hombres (53%), aunque reconocen un nivel alto (44%) en ambos sexos y en un margen muy reducido en las mujeres. Consideramos que los casos más conocidos en nuestro país corresponden a varones deportistas.
6. Los deportistas suscriben más frecuentemente el concepto que vincula el uso indebido con la posibilidad de perder la competencia, el status social, el miedo a fracasar, mantener el nivel, control y temor a defraudar a sus seguidores y sponsors, es tal la presión que sienten que no tienen la capacidad de razonar críticamente sobre las razones éticas, morales – “deslealtad”, “trampa”, “engaño” y de salud que fundamentan los valores deportivos.
7. Los atletas resaltan más las motivaciones placenteras del éxito, el lograr el mejor rendimiento, favorecer su potencia, llegar a ser el primero, controlar su pérdida progresiva de su nivel competitivo, etc.; en cambio, las personas relacionados con ellos destacan las situaciones conflictivas y adversas para ellos, la salud, el deporte, la sociedad y la familia; señalan la pérdida de la

salud e integridad de los deportistas y con una cuestión ética, moral y una violación a los principios y leyes del deporte y reglas del “juego limpio”.

8. En general cuestionan en mayor medida los modelos ejercidos por los periodistas deportivos que someten, en base a “un estereotipo de deportista”, a algunos deportistas con comentarios y halagos que los presentan como un “*súper héroe*” “*un dios*”, pero cuando su rendimiento no le permite destacarse o cuando se acerca al doping, lo castigan como si fuera un ser sin valores, diríamos “*un demonio*”. Parece que en el camino a la perfección, lo importante en cualquier caso es eliminar el factor humano: la debilidad, el reflejo, la duda, las reacciones orgánicas inadecuadas y, en el mejor de los casos, el registro de la situación. En cambio los entrenadores, médicos, profesores reconocen que la realidad social y cultural actual ejercen presión, poder y manipulación, generando así, la deshumanización del deportista. Retoman nuevamente este planteamiento cuando se hace referencia a la prevención del doping.
9. Los deportistas en general revelan mayores actitudes para acercarse a los deportistas que hacen del doping una necesidad casi permanente, mientras que otros, expresan en general dificultades para hacerlo. Entre éstos, dichas dificultades provienen probablemente de sus actitudes profundamente ambivalentes hacia ellos, ya que se vive la idea que siempre se debe ganar en el deporte, no importa como.
10. Los deportistas federados o no demuestran poseer un conocimiento más científico sobre las drogas o técnicas, posiblemente sus fuentes de información son el medio deportivo, la familia y los distintos medios de comunicación (radio, TV.), aunque denuncian que en general no se habla del tema. En cambio, los otros deportistas amateurs poseen conocimientos más vulgarizados sobre el tema del doping y su prevención, posiblemente logrados en el ámbito de su grupo social, de pares o deportivo. Todos en general, afirman que en el marco de su carrera deportiva o práctica deportiva, algunas veces se “*habla*” o “*no se habla*” sobre el tema.

11. Los factores que presionan al deportista para que utilice el doping son los propios entrenadores, todos los de su entorno y el propio deportista, siendo la mayoría de las veces la ambición de permanecer en el nivel, el de lograr mejor posición en la competencia, ser siempre el mejor y por el dinero que se maneja o se logra. Los factores de riesgo en los deportistas son los problemas relacionales con su propia personalidad, la familia, el grupo deportivo que lo rodea, la presión de los recursos económicos, sponsors y el ambiente social en que se desenvuelven. Tanto deportistas como personas relacionadas a ellos comparten estas afirmaciones.
12. Los encuestados afirman los mayores acuerdos con las personas relacionadas directamente con ellos que mantienen conversaciones y charlas sobre los efectos perjudiciales del dopaje; en cuanto a las informaciones y recomendaciones dicen que no son exageradas ya que consideran que es para ayudarlos, en relación a la salud y a la práctica de los valores deportivos.
13. Los entrevistados, personas del entorno de los atletas reconocen que no abordan el tema del dopaje en su ámbito deportivo ya que carecen de conocimientos sobre el tema, en cambio algunos ante esta falencia recurren a los servicios de especialistas o médicos de la institución. En la mayoría de los espacios deportivos de la ciudad y provincia de Córdoba no cuentan con espacios y tiempos específicos para la Educación Antidoping, sólo existen encuentros esporádicos, informales y no permanentes. Todos creen que la educación e información es el camino que conduce a disminuir el problema del doping en el deporte de la provincia de Córdoba.
14. Se presenta como necesidad, prácticamente inmediata, ya que se encuentra muy descuidada, el aspecto preventivo. Es necesario implementar medidas que apunten no solo a superar un problema que se halla instalado en clubes, gimnasios e instituciones deportivas, sino que por otra parte se tenga en consideración a los más pequeños, a los deportistas amateur y a quienes aún no han acudido a una actitud de dopaje. Así, como todos los ciudadanos

poseen por ley el derecho a la salud y la seguridad, de igual modo deben beneficiarse los deportistas, con una especial mirada de protección sobre ellos que sueñan con convertirse en profesionales.

15. Las acciones de prevención son comprometidas e importantes, donde algunos proponen enfoques educativos, centrados en la institución deportiva, y en lugares donde se reúnen los deportistas. Mientras que otros, proponen acciones destinadas al ámbito de la sociedad (campañas, charlas, etc.) y una gran mayoría sostiene que la prevención es necesaria para revertir esta problemática. Estas propuestas son compartidas por deportistas, entrenadores, médicos, profesores, etc., aunque ponen énfasis en controles más estrictos y sanciones más severas.
16. Los entrenadores, periodistas, profesores, preparadores físicos, etc. reconocen en su mayoría, que no desarrollan educación antidoping ni informan, en sus instituciones deportivas porque no están preparados porque carecen de conocimientos sobre el dopaje. También consideran que es necesario y conveniente contar con una buena política y programa deportivo desde el Área Gubernamental, donde se involucren todos.
17. Los lugares de mayor práctica del control antidopaje para este grupo está en las competencias internacionales y nacionales, representan los espacios donde se concreta el control con mayor regularidad y frecuencia. En estos espacios parece posible aplicar las nuevas reglas y normas de conducta deportiva, que el mundo ya organizado mediante organizaciones internacionales WADA. Casi todos son conscientes de que en torneos locales o encuentros amateur no se efectúa el control estricto del antidoping y que en nuestra Provincia de Córdoba se carece de un espacio para efectuar los estudios correspondientes para el control del doping en los deportistas.
18. Para los encuestados, los deportes en donde se practica el control antidoping son aquellos donde se conocen deportistas que les dio positivo su control, por ejemplo, fútbol, tenis, rugby, natación, jockey. En cambio, algunos

deportistas y la mayoría de los entrenadores, periodistas deportivos, dirigentes, etc. señalan con mayor énfasis la falta de control antidoping en todas las distintas disciplinas deportivas de la Provincia de Córdoba, reservada para el fútbol, tenis en encuentro de competencia nacional o internacional.

19. En los deportistas, no es tan amplio el vocabulario y muchos dicen no tener conocimiento, nombrando en general a las drogas por su nombre científico: anabólicos, estimulantes, energizantes, hormonas, cocaína, entre otras, pero debemos considerar que son muy escasas las técnicas que identifican y a veces incluyen algunas no correctas, por ejemplo transfusiones de sangre, oxigenoterapia, etc. Los entrenadores, periodistas, etc. tienen un conocimiento más amplio sobre drogas y técnicas, aunque muchos manifestaron que no sabían.
20. Varios deportistas encuestados sostienen que la Vitamina C o la coca con aspirinas sirven para doparse, son concepciones equivocadas posiblemente construidas en su ámbito social o deportivo, diríamos que son conocimientos del sentido común, compartidos socialmente.
21. Los encuestados ante determinadas situaciones de consumo dentro del ámbito deportivo asumen distintas actitudes, la mayoría expresa que no se doparía, en cambio, si un compañero hace uso de drogas para aumentar su performance, ellos: “le hablaría para hacerle entender que está mal, que es un error” “le explicaría el daño que provoca a la salud”, que “es una actitud desleal, que hay que jugar limpio” y otros, en menor porcentaje “lo denunciaría” o “no haría nada”.
22. Dentro de las Representaciones Sociales son relevantes conocer los nudos centrales y periféricos de las mismas sobre el doping, en nuestro caso el núcleo central es doping-resistencia-velocidad; la zona primera periférica: rendimiento-potencia-droga-agilidad y en la zona periférica segunda ilegalidad-deslealtad-muerte-dolor-fraude-pérdida de salud. En los

entrenadores, dirigentes, periodistas, médicos, psicólogos, etc. la estructuración de las representaciones el núcleo central es: dopaje: drogas- rendimiento, en la primera zona periférica Presión- Pérdida de la salud- Contra los valores y ley deportiva y en la segunda zona periférica: trampa- ilegalidad-deslealtad-fraude.

23. Comprobamos que los deportistas tienen una representación muy arraigada de los efectos que pueden lograr con el dopaje, también son conscientes que los conduce a la pérdida de la salud y la muerte, a esto lo han reiterado en varias oportunidades. En cambio, las personas de su entorno, aparece con intensidad la pérdida de la salud y de los valores morales, éticos y principios del deporte, pero no han construido la idea de muerte.
24. Analizando las estructuras de las Representaciones Sociales de ambos grupos, se comprueba que difieren, en ambos la mayor asociación está centrada en el efecto: resistencia en unos y rendimiento en el otro, aunque en las personas del contexto del deportista está presente la droga en primer término. En los deportistas prevalecen en la zona central y periférica los efectos que genera el dopaje (velocidad, rendimiento, agilidad), en cambio, en el otro grupo, las causas: presión y los efectos que genera: pérdida de la salud, valores, ética. En los atletas recién aparecen en la segunda zona periférica: deslealtad, ilegalidad -muerte-dolor-fraude-pérdida de salud, en estos están casi ausentes la pérdida de la salud, los valores éticos, morales y la ley, aunque son conscientes que pueden llegar a la muerte. En ambos grupos las Representaciones Sociales relativas al doping son diferentes.
25. Los dos grupos estudiados ponen énfasis en la “droga”, en el núcleo central, como factor decisivo del fenómeno “doping”. Este hecho denota la fuerza del discurso ideológico dominante que resalta la necesidad de este elemento absolutamente compartido para el logro de resultados positivos frente a las circunstancias críticas del fenómeno del dopaje en los deportistas. Las consideraciones grupales se diferencian: 1º) en los deportistas, en cuanto el núcleo de la Representación Social de doping se infiere que la naturaleza del

objeto está expresada por la palabra: resistencia-velocidad-rendimiento-potencia-droga-agilidad, mientras que periféricamente las palabras trampa-ilegalidad-deslealtad-fraude-frustración constituyen la relación que el sujeto y grupo mantienen con ese objeto o sea los sistemas de valores, normas e ideologías. 2º) En el otro grupo, entrenadores, médicos, dirigentes, etc. el núcleo central de la Representación Social de doping son: -drogas-objeto de “presión”, aquí se establece la relación del sujeto o grupo con los factores sociales e individuales y los efectos logrados por los individuos, y el referido con la “pérdida de la salud” y el sistema “normativo” (valores, normas) e ideologías existentes. Los términos periféricos trampa- ilegalidad- deslealtad, -fraude-facilismo -frustración refuerzan las relaciones anteriores.

26. Para lograr una mejor interpretación sobre las relaciones de las Representaciones Sociales entre deportistas federados y amateurs de Córdoba y personas de su entorno deportivo (entrenadores, dirigentes, médicos, profesores, etc.), Las relaciones entre las Representaciones Sociales estudiadas, se observa que:

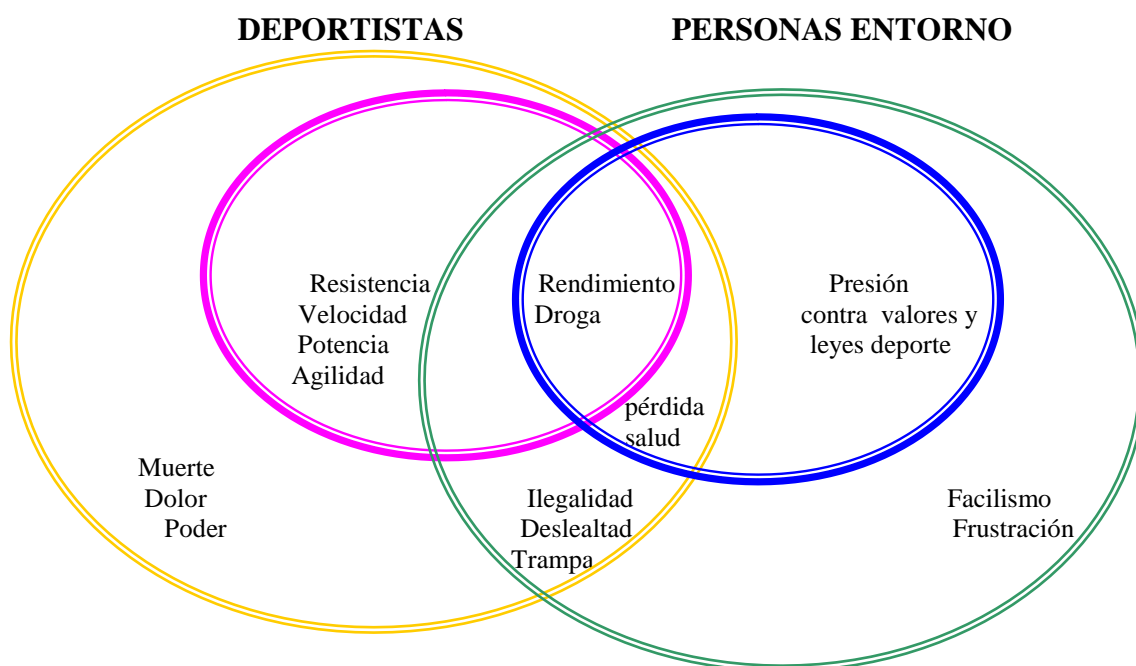
1º.- Las palabras “rendimiento” y “drogas” pertenecen al núcleo de las representaciones de los deportistas y personas de su entorno deportivo, son elementos compartidos.

2º. El término “pérdida de la salud” conforma el núcleo central de las representaciones de los entrenadores, dirigentes, etc. y también constituye un elemento periférico de las representaciones de los deportistas.

3º.-Los vocablos “ilegalidad”, “deslealtad”, “fraude”, “trampa” resultan compartidas en ambas organizaciones periféricas.

Presentamos el siguiente: Fig. Esquema gráfico de las relaciones entre las Representaciones Sociales de deportistas y personas de su entorno deportivo.

Fig. N° 5: Relación entre las Representaciones Sociales de “doping” entre deportistas y personas de su entorno



27. Como se observa, es necesario abordar esta problemática para generar la modificación del nudo central, lo cual entraña una transformación completa de la representación, pero también es necesario generar cambios en las zonas periféricas, porque una representación es un ensamble organizado de informaciones, de opiniones, de actitudes y de creencias a propósito del objeto: doping y su prevención. Como conclusión será necesario generar una traslocación de las zonas periféricas más externa a la zona central, pero de modos diferentes según la estructura de las mismas.

28. Los entrenadores, médicos, periodistas deportivos, profesores, etc. manifiestan en su mayoría (el 70%), desconocer el contenido de la Ley 24 819 y 25387 con sus modificaciones, lo que respondieron afirmativamente señalaron en forma muy general la finalidad de la misma: "...reguardar la lealtad y el juego limpio en el deporte, tomando en consideración la preservación de la salud". (Ley 24819, Art. 1; Argentina).

29. Las personas que constituyen el entorno de los deportistas, en su mayoría expresa el desconocimiento de la Ley mencionada, cuando no reconocen que

pueden ser comprometidos judicialmente, con prisión si “*por cualquier medio facilitare, suministrarre y/o incitare a practicar doping*” (Art. 11, Ley 24819). Nuevamente se visualizan las carencias en la formación e información sobre el flagelo del dopaje.

30. El preparador físico y/o psíquico, entrenador, director deportivo, dirigente, médico y paramédicos vinculados a la preparación y/o a la participación de los deportistas, y/o todo aquel que de alguna manera estuviera vinculado a la preparación y/o a la participación de los deportistas, en su mayoría visualizan un futuro próximo con propuestas de Educación Antidoping, con capacitación a los entrenadores, periodistas, etc.; en cambio, a otro grupo lo invade la desconfianza, expresando que lo observan al problema con mayor fuerza e intensidad, con nuevas técnicas y sustancias, con carencias de programas de prevención y falta de especialistas.
31. Esta investigación permite reconocer las causas y motivaciones más relevantes que inducen al deportista de Córdoba a la práctica del dopaje, son múltiples. A pesar que señalan, que los factores que inciden de una manera tangible y directa son los de carácter fisiológico y biomédico, no por ello dejan de identificar por ser relevantes y condicionantes definitivos la gran influencia que ejercen los factores económicos, socioculturales y de los medios de comunicación. Los entrenadores, médicos, psicólogos, periodistas ponen mayor énfasis en causales económicos y socioculturales.
32. Estamos convencidos de que, además de los aspectos éticos y médicos, se debe tomar en cuenta toda la problemática económica y social que rodea al dopaje en el deporte de la Provincia de Córdoba actualmente, para ello debemos te presente las expresiones y requerimiento de los deportistas y de las personas de su entorno deportivo: “*Siempre lo económico, lamentablemente, está sobre lo humano-deportivo. Esto trae como consecuencia que a nivel provincial no se controla...*” (P.111) “*En la sociedad actual sobresalen y son valorados los deportistas con grandes logros y muchas veces para obtenerlos recurren a estas sustancias*” (P.10)

“Yo creo que es una problemática que nos afecta a todos y la principal herramienta para combatirla es con información y educación en cada institución deportiva” (E.876) “Tratar de trabajar muy tempranamente con los niños, donde el deporte juega un papel muy importante. Inculcar valores deportivos en el sentido de juego limpio” (E.680)

5.4-CONCLUSIONES: APROXIMACIONES HACIA LA HIPÓTESIS

En otras palabras, las Representaciones Sociales de los deportistas y sus referentes intervienen en la forma de ver y valorar el mundo del deporte que los rodea y orientan la predisposición y el consecuente comportamiento hacia objetos sociales determinados.

Al momento de reflejar cómo el deportista piensa y organiza su vida cotidiana y deportiva, este concepto incorpora contenidos no sólo cognitivos, sino también simbólicos y afectivos (*Wagner & Elejabarrieta, 1994*), que determinan sus comportamientos y decisiones.

Después de transitar por la realidad de los deportistas federados o no y de las personas relacionados con ellos (entrenadores, médicos deportólogos, psicólogos, dirigentes, periodistas, etc.), y de establecer un profundo diálogo con ellos a través de sus verbalizaciones, contenidas en las encuestas y entrevistas sobre el doping y su prevención, el esfuerzo se orienta, hacia el señalar cuales son los elementos básicos en el que se apoyan las representaciones y conocimientos de los mismos.

Las aproximaciones están encaminadas a corroborar la hipótesis planteada. Al iniciar el trabajo formulamos la siguiente hipótesis:

“Si, se conocen las percepciones y conocimientos de los deportistas sobre doping y su prevención y los fundamentos teóricos y prácticos de las clases de entrenamientos deportivos de distintas instituciones deportivas de la Provincia de Córdoba, entonces será posible estructurar determinados lineamientos e intervenciones para aplicar la Educación Antidoping”.

Esta hipótesis engloba afirmaciones que se fundamentan en la información y variables desarrolladas a lo largo del texto de la tesis.

Como primera constatación de la investigación, aparece el doping como un fenómeno social presente en lo cotidiano y lleno de significación para los deportistas federados y no federados de la Provincia de Córdoba involucrados, es decir no es una situación aislada, ni particular o carente de sentido, lo cual refuerza la necesidad de comprensión del fenómeno en su dimensión social y deportiva y por tanto, del análisis de las posibilidades de prevención asociadas a él. Es en la trama representacional de cada grupo social, donde reside la diferenciación de los grupos, con diferentes valores, actitudes y conocimientos compartidos.

A partir de la representación del consumo indebido de drogas y la aplicación de técnicas para el dopaje analizada es posible suponer el fracaso de proyectos de prevención que no establezcan primero, la diferencia entre un grupo social y otro, entre deportistas consumidores y deportistas no consumidores y personas relacionadas a ellos, y posteriormente la diferenciación que se da internamente en cada grupo y que por lo tanto, es necesario trabajar con todos de la misma manera, obviando así la diferencia y situación en que cada sujeto se encuentra (individual y grupalmente).

Las "Representaciones Sociales" no son una construcción más o menos espontánea de la persona, sino que se transmiten a través de los canales de socialización, son el producto de un aprendizaje en la mayor parte de los casos informal o implícito que tiene por objeto establecer regularidades en el mundo, hacerlo más previsible y controlable. Además, buena parte de esas representaciones son también un producto cultural, bien porque constituyen representaciones socialmente compartidas, porque responden a un intento de dar sentido a actividades culturalmente organizadas, como el deporte.

Entonces, la Representación Social sobre el doping no es más que un sistema de interpretaciones socialmente compartido por los deportistas federados y amateurs, entrenadores, médicos, etc. de la Provincia de Córdoba, que otorga sentido al actuar cotidiano de los grupos que las comparten, y les proporciona un marco de referencia válido sobre el cual moverse. Comprende las *actitudes, la información y el campo representacional*, manifestado en el desarrollo de las encuestas y entrevistas, y determina la organización interna y el orden jerárquico de los elementos que comparten, por lo tanto son más significativos que los conocimientos. Las

representaciones son conocimiento implícitos construidos y compartidos socialmente, en cambio, el conocimiento es explícito, de carácter externo.

Si una representación no coincide por ejemplo, con la de los padres, entrenadores, médicos deportólogos, profesores, las estrategias de intervención que provengan de esos actores, carecerá de sentido y por lo tanto no serán eficaces en la prevención.

Para este grupo de deportistas federados y no federados las representaciones son muy significativas porque determinan valores que se destacan en las verbalizaciones, y estas apuntan hacia los entrenadores, médicos, profesores, la educación, la comunicación, la formación e información continua, la ayuda al que necesita y al fortalecimiento de la autoestima. Los valores fundamentales del deporte deben fortalecerse y constituir los “valores protectores” que deben ser reforzados y consolidados en las instancias de prevención específica destinada a los deportistas, ya que estos valores tienen diferentes significaciones en cada realidad social.

Teniendo como base o fundamento, podemos afirmar que los conocimientos preventivos y específicos sobre el tema no serán construidos significativamente y por lo tanto carecerán de representatividad, sino están enmarcados dentro de las Representaciones Sociales que identifican al grupo al cual pertenecen.

Por lo tanto, el conocimiento sobre las drogas, su consumo y técnicas empleadas en el dopaje, son más significativas que los procesos específicos de prevención sobre el doping, porque los seres humanos construyen representaciones sociales sobre el entorno que los rodea, sobre sí mismos, sobre la sociedad y en nuestro caso, sobre el uso indebido de drogas en el deporte. Estas representaciones se organizan en estructuras conceptuales, procedimentales y actitudinales para darle sentido a la interioridad y exterioridad de su entorno, con miras al dominio, la intervención, el control y la transformación del mismo. Es este ordenamiento el que posibilita cualquier tipo de experiencia, como una de las maneras de actuar intencionalmente.

Las representaciones del dopaje y prevención son una manera de interpretar y de pensar la realidad cotidiana y deportiva. Es un proceso mental elaborado por las personas dentro de los grupos a fin de fijar posición en relación con situaciones, acontecimientos, objetos y comunicaciones que les concierne, es decir, es un proceso mental, elaborado por los deportistas y personas de su entorno, dentro de su grupo y que fija una posición sobre el doping.

Los mismos sostienen que debe brindarse educación e información para que ellos y puedan protegerse del peligro que significale el doping. De este modo se debe profundizar acerca de la dimensión del conocimiento sobre las drogas, su consumo indebido y las técnicas usadas en el doping para que construyan conocimientos significativos y con sentido, para que logren dimensionar los efectos perversos que generan en la salud y en la vida personal de todo deportista y a su vez puedan asumir actitudes cimentadas en los valores deportivos y éticos.

Desde aquí es necesario reconocer que se debe profundizar acerca del conocimiento para luego acceder a los procesos de prevención. Observamos como la interdependencia entre el conocimiento y las representaciones sociales sobre el uso indebido de drogas y técnicas prohibidas en el deporte son claves y fundamentales en las propuestas de intervención formativa e informativa.

Creemos que se debe profundizar acerca de estas dimensiones y determinar como se percibe la prevención en los principales involucrados: los deportistas, federados, amateurs, profesores, entrenadores, médicos, periodistas, etc., a fin de asegurar la pertinencia y la permanencia de las acciones de prevención emprendidas. No basta con conocer que los diferentes actores sociales tienen diferentes maneras de comprender y actuar en relación a la problemática del doping.

Creemos que uno de los desafíos es hacerles comprender cuales son los efectos perversos, para la salud y especialmente para la interioridad de su propia persona, ya que transgrede los valores éticos y morales. Desde este entramado de las representaciones y los conocimientos debemos sustentar todas las intervenciones preventivas.

Nuestra posición es que, el significado y el sentido de la prevención deben partir, desde un conocimiento profundo de la representación social, presentes en los diferentes grupos sociales, en nuestro objetivo, los deportistas federados y amateurs y personas del entorno de los mismos. Es decir, que las acciones y estrategias de prevención en los distintos grupos, deben considerar y ser coherentes con las representaciones sociales particulares, de lo contrario la efectividad de las mismas se verán reducida significativamente, ya que lo que es prioritario, necesario y urgente para algunos no lo sea para los otros y viceversa.

Al respecto es interesante observar, el énfasis que le otorgan los deportistas a ciertos valores, como factores protectores: a la lealtad deportiva, la sinceridad, los cuales se

deben reforzar y potenciar en los proyectos de prevención en el ámbito deportivo y social, de una manera atractiva e innovadora.

5.6. LAS REPRESENTACIONES SOCIALES, EN SUS EVIDENCIAS

Regresando al problema planteado creemos que el método elegido para el análisis de contenido de las encuestas: facilitó la interpretación de las mismas. También permitió objetivar las representaciones sociales de los deportistas sobre el doping y su prevención, estableciendo diferencias entre las representaciones de este grupo, con la de las personas que conforman su entorno deportivo y social.

Lo relevante de este trabajo consistió en el análisis de las encuestas y entrevistas que pusieron a la luz en forma clara y precisa la idea que la realidad cotidiana y deportiva se presenta como un mundo inter-subjetivo que se comparte con los otros y que establece una diferencia entre la vida cotidiana, deportiva y otras realidades de las que se tiene conciencia. Es decir, que el mundo de la vida cotidiana y deportiva es tan real para los otros como para el propio sujeto.

En relación a la hipótesis en la corroboración de la misma, se llega de esta manera a la última parte del trabajo. Este no puede concluir de otra manera que formulando una serie de reflexiones que, después de todo lo expuesto anteriormente, se nos imponen. Esta demostración intenta ser una recapitulación de lo expuesto, logrado, analizado, vivido, perdido y propuesto, que a modo de síntesis valorativa ofrece una visión global de la cuestión abordada a lo largo del recorrido por las representaciones sociales sobre el doping y su prevención de los deportistas y personas relacionadas con ellos de la Provincia de Córdoba.

“Esta investigación, enfocada desde “la Psicología Social es una construcción provisoria de conocimientos que estudia (analiza, comprende y aborda) la trama psico-social (relacional, vincular) en un orden socio-histórico en que se configuran representaciones sociales que enlazan sujetos y realidad, propuesta a superar la lectura dilémica e ingenua de la relación individuo-sociedad, por una construcción en desarrollo y transformación en la realidad de la vida cotidiana”. Correa, Ana. (2003: 58)

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIÓN Y PROPUESTAS

Una solución a largo plazo para la prevención del dopaje es a través de programas eficaces de educación basada en valores que pueden fomentar comportamientos anti-dopaje y crear una fuerte cultura de lucha contra el dopaje. (AMA)

6.1.-TODA ENTIDAD DEPORTIVA Y EDUCATIVA, GIMNASIO PUEDE Y DEBE ASUMIR UN ROL PRIVILEGIADO EN LA PREVENCIÓN DEL DOPING EN EL DEPORTE.

La problemática del uso indebido de drogas y técnicas en el deporte cada día concentra mayor atención: porque se multiplican los casos de doping positivo, a ello lo demuestran los estudios científicos, los análisis de control. El consumo irracional de drogas y la utilización de técnicas ya no se puede ocultar, forman parte de nuestro paisaje deportivo y social.

Aquí se proponen algunas líneas de acción desde la perspectiva de la educación antidoping para la institución deportiva, recreativa o educativa.

Analizar la realidad del dopaje y sus consecuencias, es necesario pero no suficiente, ya que nuestra meta no es sólo asumir la realidad tal cual es, sino transformarla y, en ese proceso, convertir a nuestros deportistas, preparadores físicos, entrenadores, etc. en personas más sanas, libres y creativas, poseedoras de conocimientos científicos sobre el dopaje, y portadoras de los valores deportivos.

Para lo cual **formulamos cuatro cuestiones:**

1) El espacio de la institución deportiva es el lugar privilegiado donde se puede y debe prevenir el consumo irracional de drogas o la aplicación de técnicas para favorecer un mayor rendimiento o performance de un deportista.

2) Las instituciones deportivas juegan un rol fundamental en la prevención del doping y en la enseñanza y práctica de los valores deportivos, a veces más importante que el desempeñado por las mismas familias.

3) Las entidades deportivas cuentan con recursos humanos, pero en su mayoría carecen de una preparación adecuada, motivo por el cual deben abordarse procesos de formación para generar agentes de prevención del dopaje.

4) Las entidades que se dejen interpelar por la problemática del doping podrán adecuar sus propuestas formativas e informativas a las necesidades reales de los deportistas y así mejorar su oferta deportiva.

Desde lo analizado en lo investigado sobre la problemática del dopaje, sostenemos que:

➤ Se experimenta impotencia y muchas carencias formativas sobre el tema en deportistas y personas relacionadas con ellos, y puestas de manifiesto en el proceso de la investigación, siendo este un desafío que pareciera exceder los propios recursos humanos e institucionales. Algunos, sin embargo, se atreven a formular dos preguntas claves: *¿mi institución deportiva es un lugar donde se propagan o se previene el doping?* En el caso de promover la prevención *¿Lo hace eficazmente? ¿Cómo se aborda?*

➤ La problemática del doping punto de partida por parte de deportistas y gimnastas, golpea a nuestros deportistas, entrenadores, médicos, dirigentes, etc. y a toda la sociedad de nuestra realidad provincial. Todos ellos, lo denuncian en forma reiterada en sus respuestas y explican las causas y efectos.

➤ Pocos entrenadores, médicos deportólogos, preparadores físicos, etc. saben, lo que piensan, opinan y dicen los deportistas de la Provincia de Córdoba:

“Yo creo que los deportistas estamos muy pocos informados y los entrenadores no saben como hacerlo” (E. 1083).

“Creo que está faltando más educación e información...” (E 1214)

“Sinceramente no tengo conocimiento de que haya pasado...” (P.9)

➤ El espacio de la institución deportiva es privilegiado para desarrollar diversas acciones de formación e información sobre la problemática del doping, ante esta situación los entrevistados afirman que:

“No, no lo hago, por desconocimiento y falta de capacitación adecuada” (P.18)

“No se hace, porque creo que todavía este tema no ha tomado gran practicidad en este entorno deportivo, en mi entorno no se ha dado” (P. 3)

“No hay programas de orientación. Porque las instituciones no la tienen, pero nosotros los profes y entrenadores, tampoco lo pedimos y somos los principales culpables. A partir de esto voy a concientizar a los dirigentes para poner en marcha programas de formación e información”* (P.1)

* Es de destacar que cuando hace mención *“a partir de esto”* es la impronta que ha producido la investigación sobre una temática poco considerada en los ambientes deportivos de nuestra provincia, Córdoba, y muchos lo agradecen por *“ocuparse del deporte”*

El transitar por el camino de nuestra investigación permitió encuentros de diálogo con más de mil quinientos deportistas y más de cien personas relacionados directamente con ellos. De estos momentos recordamos que:

“Sólo me gustaría pedir que por una vez nos escuchen y se haga algo por los miles de jóvenes deportistas que necesitan de alguien que los ayude a encontrar una salida en una etapa difícil de la vida deportiva, sumado a las pocas posibilidades que este país les ofrece de llevar una vida digna” (E 371)

Estos fueron algunos de esos diálogos... que permitieron que cada encuesta o entrevista fuera una ocasión generadora de múltiples espacios y tiempos de reflexión

y de análisis; momentos que a veces se cargaron de tristeza, de insatisfacción, de dudas, de cuestionamientos... que a su vez permitieron mirar nuevamente nuestra realidad deportiva, nuestra práctica deportiva y nuestras instituciones deportivas.

El sueño de organizar una propuesta, se hará camino y lo transitaremos junto a nuestros deportistas, especialmente preparadores físicos y todas las personas que se relacionan directamente con ellos, para que sean protagonistas.

6.2.- ACCIONES PARA REALIZAR SUEÑOS Y TRANSFORMAR LA REALIDAD DEL DOPING

“El hombre responde a los desafíos de su mundo y, en ese mismo proceso cambia, se organiza, elige la mejor respuesta. Se prueba. Actúa” (Pablo Freire, 2004)

En un reencuentro con Pablo Freire, descubrimos los fundamentos para realizar nuestros sueños y transformar la realidad no es tan difícil como parece, por ello, para Soñar partiremos desde seis **acciones**, ellas son:

1. Tomar conciencia de la crisis actual del deporte a causa del fenómeno doping:

“Crisis” tiene dos acepciones: debemos responder a un desafío que se presenta por una parte como algo grave y difícil y por otra es una alternativa, una encrucijada que si tomamos el camino correcto, nos permitirá avanzar de manera más directa hacia la meta propuesta. Con frecuencia nos hacemos muchas preguntas acerca de cuáles son las necesidades de nuestros deportistas y entrenadores, médicos, dirigentes, etc. y nos olvidamos de aspectos esenciales que tienen que ver con la formación para la vida.

2. Conocer cuáles son las representaciones sociales y los conocimientos de nuestros deportistas federados o no.

Las representaciones sociales designan una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos procesos generativos y funcionales son socialmente caracterizados. En sentido más amplio, distinguen una forma de pensamiento social. Es decir, que las representaciones sociales respecto al doping y su prevención se encuentran enmarcadas dentro de particulares contextos de interacción grupal, los cuales las reproducen dándole a las prácticas un sentido social aceptado y aceptable.

3. Informar sobre la problemática del doping y la prevención a todos los deportistas y personas relacionadas a ellos. Todos debieran ser conscientes de los efectos que producen las drogas, conocer los hábitos de consumo –que cambian con rapidez, de cuales son las realidades de todo deportista y sobre todo analizar y utilizar las diversas acciones de prevención susceptibles de implementarse en el ámbito deportivo y educativo.

4 .Analizar las normas o leyes que regulan el tema del doping en el deporte a nivel nacional e internacional. En nuestro país se sancionó la Ley 24819, que tiene como finalidad de la presente ley es reguardar la lealtad y el juego limpio en el deporte, tomando en consideración la preservación de la salud. También las propuestas de WADA (Agencia Mundial Antidopaje) que tiene como finalidad promover, coordinar y monitorear la lucha contra el dopaje en el deporte en todas sus formas. También coordina el desarrollo e implementación del Código Mundial Antidopaje.

5. Convocar a los actores de las distintas instituciones deportivas. Es posible detectar en una primera etapa entrenadores, deportistas, médicos deportólogos, familiares, etc. interesados en colaborar en la prevención del dopaje. Lo que no hagamos junto a ellos y para ellos no lo hará seguramente nadie.

6. Capacitarse como agentes de prevención. Para ello será necesario formarse en lo que pocos dicen y casi nadie capacita: porque sólo es agente de prevención y promoción quien se forma en la comunicación, en el encuentro con el otro, en el reconocimiento de solicitudes, en la adquisición de conocimientos ciertos y científicos, la vivencia de los valores deportivos. Esta capacitación tiene que apuntar a generar *agentes preventores del doping*, que velen para que los deportistas federados y amateur puedan adquirir hábitos de vida sana mejorando sensiblemente su calidad de vida deportiva.

7. Promover una política deportiva cuyo objetivo sea generar un espacio de capacitación y formación permanente para agentes deportivos, deportistas, familiares del deportista dentro del marco del Área de Deportes de la Provincia de Córdoba y áreas deportivas de los clubes y gimnasios. Las acciones que verdaderamente

transforman son aquellas que involucran a todo el núcleo y especialmente a los deportistas federados y no federados. La comunicación y el dopaje debieran ser temas prioritarios en cualquier agenda deportiva de toda institución deportiva, educativa y dependencias gubernamentales que tengan a su cargo actividades deportivas.

8. Campañas de concientización e informativas sobre la lucha contra el dopaje La actividad física y deportiva debe, en principio, contribuir a mejorar la calidad de vida de todo ciudadano, por ello es necesario abordar estas propuestas de carácter general, destinadas a toda la población. La prevención y la sensibilización de la opinión pública constituyen uno de los ejes primordiales de la lucha contra el dopaje, ya que cuando el deportista recurre a sustancias prohibidas o hace abuso de medicamentos atenta contra su salud y contradice la finalidad misma del deporte. En el marco del deporte, el dopaje simboliza la antinomia del deporte y de los valores que ha representado tradicionalmente: la lealtad y la superación de sí mismo por el esfuerzo físico.

9. Organizar y instituir la “formación entre deportistas” para luchar contra el dopaje. Mediante este programa se capacita a los deportistas en temas relacionados con el dopaje y su prevención y se espera que ellos transmitan esta información a sus compañeros deportistas. “*La formación entre deportistas consiste en empoderar a los deportistas a desempeñar un rol activo en la lucha contra el dopaje en el deporte*” (Corbella, Elsa, 2010)

6.3.- -UNA POSIBILIDAD DE PREVENCIÓN DESDE

- **Capacitación y Actualización de las personas relacionadas directamente con el deportista:**

Las tareas de prevención (*pre-ver* o sea, anticiparse en percibir), se configuran alrededor de la adquisición de la nueva información, de revisión de actitudes, pareceres y comportamientos, y de la generación de acciones alternativas que conduzcan a los involucrados a poner en práctica la prevención, en este caso, del doping en el deporte. Pero antes de implementarlas es necesario transitar por un

espacio fundamental, que es promover e instalar un espacio reflexivo, en el que puedan actualizarse y discutirse las cuestiones actuales que convergen en la prevención del doping por parte de deportistas y de toda persona que esté relacionada con los mismos deportistas (entrenadores, preparadores físicos, médicos, psicólogos, etc.) y el deporte en general. Es necesario, asumir la tarea de formar e informar a los deportistas, y a todos los agentes que se relacionan con ellos (como ellos mismos dicen “*educación*”) para que puedan optar por no doparse, como parte de otras elecciones, a favor de la vida.

Pero antes, entre los formadores o asesores de una comunidad deportiva deben ejercitarse desde una crítica, preocupada y comprometida con el “ver” una situación de fractura en la sociedad, antes que el doping entre en escena.

“Solo el desarrollo de una prevención adecuada puede anticiparse a... Es responsabilidad capacitarnos en acciones preventivas, confrontarlas, respaldar a los grupos empeñados en tal tarea, abrir foros para el intercambio de ideas, avanzar en el saneamiento social”⁸ (Grimsom, Ricardo, 1986)

- **La Información o Formación entre pares, es decir “entre los propios deportistas”...**

El concepto de “educación entre pares” se origina en la expresión “*peer education*”, muy usada, pero difícil de traducir. El uso moderno de “*peer*” le ha dado el significado de “*personas que pertenecen al mismo grupo social, basado en la edad, nivel de estudio o posición social*”. Por tanto, significa educación entre iguales, o educación entre personas que comparten alguna característica importante desde la identidad. Es decir, personas, en este caso, deportistas que comparten igual interés y práctica deportiva, y varios aspectos, como: edad, sexo, necesidades, idioma, uso del tiempo, aspiraciones, por ello la denominamos: “Formación entre deportistas”

En la acción preventiva, específicamente en un proyecto de prevención, la formación entre pares (los amigos, los compañeros y deportistas) es una de las mejores formas de llegar a los deportistas que conforman su grupo con información acerca de la problemática del doping e influir en sus conductas.

La mayoría de las personas que informan o forman a sus deportistas, si bien son respetados por ellos, no constituyen "figuras de autoridad" en el sentido tradicional,

como puede serlo el personal de salud, los entrenadores, médicos deportólogos o el profesional.

La persona ideal para actuar como informador o formador de pares, en este caso es un deportista, es alguien carismático y respetado, que se comunica bien con los otros compañeros, que está interesado en superarse y que es un fiel representante del juego limpio. La cualidad de líder es especialmente importante y sostenemos que dichos deportistas deben ser modelos de comportamiento en sus grupos y comunidades.

Los asesores o formadores de deportistas (profesionales, entrenadores, profesores, psicólogos, médicos deportólogos, etc.) deberán usar una variedad amplia de actividades, desde discusiones informales, escenificaciones, análisis crítico de diversas situaciones deportivas, observaciones de juegos, prácticas deportivas y presentaciones en video.

La mayoría se dirigen a grupos de más de una persona por períodos cortos de tiempo, aproximadamente treinta o más minutos o menos, y dichas discusiones y las presentaciones pueden tener lugar en diversos lugares, como campo de deportes de distintas instituciones, escuelas, lugares de recreación, gimnasios, clubes, etc.

En la formación entre pares que se centra en los deportistas, los asesores deben ser conscientes de los factores que dificultan la comunicación efectiva entre los miembros de grupos determinados y personas que dirigen, preparan o que son extraños y sólo entre ellos podrán ayudarse, ya que son más fáciles los procesos comunicacionales, y así podrán llegar a compartir temas personales o sensibles, como cuestiones del uso del doping en el deporte.

Las personas relacionadas con los deportistas o asesores de pares, es decir, los formadores deben recibir capacitación especial para trabajar con ellos en el entorno deportivo, llevar información a grupos de deportistas. La educación entre pares es una forma que no intimida, que otorga confianza porque dicha información proviene de personas que viven en una situación similar a la de ellos, es decir, de otros deportistas.

La mayoría de los programas en los que participan los propios deportistas han reconocido y aceptado el valor de la Educación Antidoping entre pares, es decir entre los mismos deportistas. Sostenemos que...

“Todo deportista, de cualquier disciplina debe exaltar siempre lo que es legítimamente bueno, mediante un leal testimonio de los valores exigidos por el auténtico deporte. Los valores humanos en la sociedad son los equivalentes a los valores del juego limpio.

Porque el juego limpio no sólo es respeto a las reglas, es más que un comportamiento; es un modo de pensar y de actuar en la vida, reconociendo que “Lo importante no es ganar, sino competir gallardamente”. (Grupo de Investigación, 2010)

BIBLIOGRAFÍA

- Aguado J y Portal M. (1992) *Identidad, Ideología y Ritual*. México. UNAM. p. 240
- Abric, Jean Claude (1994). Metodología de recolección de las representaciones sociales. En *Pratiques sociales et Représentations*. Traducción al español por José Dacosta y Fátima Flores (2001). *Prácticas Sociales y Representaciones Sociales*. Ediciones Coyoacán: México.
- Abric, J.C. (2001) *Prácticas sociales y Representaciones*. Filosofía y Cultura contemporánea. Edit. Coyacan. México.
- Agencia Mundial Antidoping-(2005) Código Mundial Antidopaje.
- Agencia Mundial Antidopaje- juego limpio. (2003).Código Mundial Antidopaje. (Español)
- Álvarez, Carlos. (1996) *Los jóvenes, las drogas y el alcohol*. Un estudio de sus representaciones sociales. Edit. CIDE. Santiago de Chile. Rae 08.070.00
- Alonso, L. (1998). *Sujeto y discurso: El lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa*. En Delgado, J., Gutiérrez, J. (coord.) *Métodos y técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid, España: Síntesis psicología.
- Alonso, A (1999a) *Representación social del alcoholismo: en alcohólicos y no alcohólicos, São João del Rei, M. Gerais*. Reporte de investigación: FAPEMIG.
- Araya, S. (2001). *La equidad de género desde la representación social de las formadoras y los formadores del profesorado de segunda enseñanza*. San Pedro, Costa Rica. Universidad de Costa Rica. Tesis para optar al grado de Doctor en Educación.
- Ahumada, G, Brasesco, M y Miorin, S. (2004) *Segundo estudio sobre consumo de sustancias psicoactivas*. Población de 12 a 65 años. Informe preliminar. SEDRONAR-INDEC. Argentina
- Banchs, M. (1986). *Concepto de representaciones sociales: análisis comparativo*. Revista costarricense de psicología (89). 27-40.
- Banchs, M. (1988). *Cognición social y representación social*. Revista de Psicología de El Salvador, VII, (30) 361-371.
- Banchs, M. (1990). *Las representaciones sociales: sugerencias sobre una alternativa teórica y un rol posible para los psicólogos sociales en Latinoamérica*. En Jiménez, D. (coord.) *Aportes críticos a la psicología en Latinoamérica*. México: Universidad de Guadalajara.
- Banchs, M. (1991). *Representaciones sociales: pertinencia de su estudio y posibilidades de su aplicación*. Boletín de AVEPSO, (XIV), 3, 3-16.

-Banchs, M. (1994). *Desconstruyendo una desconstrucción: Lectura de Ian Parker (1989) a la luz de los criterios de Parker y Shotter (1990)*. *Papers on Social Representation. Threads of discussion, Electronic Version*, 3, (1). Peer Reviewed Online Journal. 1- 20. www.swp.uni-linz.ac.at/content/psr/psrindex.htm

-Banchs, M. (2000). Aproximaciones procesuales y estructurales al estudio de las representaciones sociales. *Papers on Social Representation. Threads of discussion, Electronic Versión*, 8. Peer Reviewed Online Journal. 1-15. www.swp.uni-linz.ac.at/content/psr/psrindex.htm

-Bardin, L. (1996). *El análisis de contenido*. Madrid, España: Akal.

-Berelson, B (1952). *Content analysis in communication research*. New York: University Press.

-Berger, P., Luckmann, T. (1991). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Castorina, José, (2003) *Representaciones sociales*. Gedisa Editorial. España.

-CSD (2005) *Actualizaciones de los procedimientos analíticos de control de dopaje*.

-Cohen, Luis y Manion, L (1990). *Métodos de Investigación educativa*. Edit. La Muralla. Madrid

-Cottet, P y Aceituno, R. (2001) *Informe final Investigación Construcciones narrativas del Objeto social Droga Concurso Proyecto de Investigación*. Universidad Diego Portales. Santiago.

-Corbella, Elsa (2006) *Las representaciones sociales sobre el uso indebido de drogas en Adolescentes de la Ciudad de Córdoba*. Tesis de Magíster. Facultad de Ciencias Médicas. Universidad Nacional de Córdoba.

-Cortina, Adela; Conill, Jesús (2000) *10 palabras clave en ética de las profesiones*. Edit. Verbo Divino. Navarra.

-Criado, E. (1991). Del sentido como producción: elementos para un análisis sociológico del discurso. En Latiesa, M. (ed.) *El pluralismo metodológico en la investigación social: ensayos típicos*. Granada, España: Universidad de Granada.

Correa, Ana. (2003) *Notas para una Psicología Social... como crítica a la vida cotidiana*. Edit. Brujas. Córdoba.

-D'Angelo, Carlos (2006) *Doping y algo más. Área control y prevención Doping*. Secretaría del Deporte da la Nación- Argentina.

- D'Angelo, Carlos y Sgala, Betty (2000) *El uso indebido de drogas en el deporte*. Revista de Medicina. Año 3.Vol.2 n° 3

- Dahbar, Miguel. (2002) Farmacodependencia (Primera Parte) *Drogas capaces de provocar dependencias* Apunte de Cátedra. Maestría en Drogadependencia. Universidad Nacional de Córdoba.
- Dacosta y Fátima Flores (2001). *Prácticas Sociales y Representaciones Sociales*. Ediciones Coyoacán: México.
- Di Giacomo, J. (1987) Teoría y método de las representaciones sociales. En Páez, D. *Pensamiento, Individuo y Sociedad: cognición y representación social*. Madrid, España: Fundamentos.
- Díaz, J. (1998). *Los conceptos de normalidad y anormalidad desde la teoría de la representación social en el campo de la salud mental*. México: Universidad Nacional Autónoma. Tesis para optar por el grado de licenciado en psicología.
- Del Olmo, R (1989) *Los discursos sobre la droga* Biblioteca de Bolsillo. HISBOL, La Paz, Bolivia
- De la Garza, Fidel y Vega, Armando (1990). *La juventud y las drogas*. Editorial Trillas. México
- Doise,W (1992) *Social Psychology and the Study of Youth*. Universidad de Génova
- Doise,W. y Palmonari, A. (1987). *Caracteristiques des représentations sociales*. En *Les Representations sociales. Un nouveau champ d'études*. (comp.) París: P.U.F.
- Dominguez Rubio, Frenando (2001) *Teoría de las Representaciones Sociales*. Apuntes. Rev. Nomadas. Revista crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas. 1.3. Enero-Junio. Publicación semestral. Universidad Complutense de Madrid
- Elejabarrieta, F. (1991). *Las representaciones sociales*. En Echevarria, A. *Psicología social socio cognitiva*. Bilbao, España: Desclée de Brouwer, S.A.
- Farr, Robert (1999) *Las representaciones sociales*. En Moscovici (compilador) *Psicología Social II*. Paidós. Barcelona, pp. 495-505
- Flament, C. (1986). *L'analyse de similitude: une technique pour les recherches sur les représentations sociales*. En Doise, W., Palmori, A (ed.). *L'étude des représentations sociales*. Neuchâtel,. Paris: Delachaux et Niestlé
- García Jiménez, Eduardo, Gil Flores, Javier, Rodríguez Gómez, Gregorio.(1999) *Metodología de la investigación cualitativa*. España. Ediciones Aljibe.
- Glaser, B.G. (1978). *Theoretical Sensitivity*. Mill Valley: Sociology Press.
- Gobierno de la Nación Argentina (1997) Ley 24.819 Lealtad y juego limpio. Comisión Nacional Antidoping, Sanciones Deportivas, Tráfico de Doping, Doping de animales.

- Gobierno de la Nación Argentina (2006) *Resolución 1/2006* Comisión Nacional Antidoping N° 1
- Gomes, L.; Lima, M. (2004). *Avaliação de habilidades sociais em dependentes alcoólicos*. Boletim de Psicologia, Vol. LIV, No. 120, pp. 087-104, Brasil.
- Grimson, Ricardo. (1986) *Prevención y drogas hacia la participación comunitaria*. En boletín de Investigaciones CONAD-CONICET-CONVIVIR. Buenos Aires
- Ibáñez, T. (1988). *Ideologías de la vida cotidiana*. Barcelona, España: Sendai.
- Ibáñez, T. (1994) *La construcción del conocimiento desde una perspectiva socioconstruccionista*. En Montero, M. (coord.). *Conocimiento, realidad e ideología*. Caracas, Venezuela: AVEPSO.
- Ibáñez, T. (1990) *Aproximaciones a la Psicología Social*. Edit. Sendai. España.
- Inaba, Darryl y Cohen, William. (1992). *Drogas: estimulantes, depresores, alucinógenos. Efectos físicos y mentales del abuso de drogas*. Grupo Editor Latinoamericano. Colección Controversia. Argentina
- Jodelet. D. (1984). *La representación social: fenómenos, conceptos y teoría*. En Moscovici, S. *Psicología social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona-Buenos Aires-México: Paidós.
- Krause, 1997. *Representaciones sociales de las drogas y el consumo de drogas en jóvenes*. Sao Paulo, Brasil: Congreso Interamericano de Psicología.
- Krause, M. (1998) *La reconstrucción de la estructura interna de las Representaciones Sociales a través de un análisis cualitativo descriptivo y relacional*. En *Memorias de la IV Conferencia Internacional sobre Representaciones Sociales. La era de la psicología social*. México- Francia: Universidad Autónoma Metropolitana - Leps- Ehess.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona- Buenos Aires- México: Paidós.
- Lakoff, G., Johnson, M. (1995). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid, España: Cátedra.
- López, F.(1996). *Representaciones sociales y formación de profesores*. El caso de la UAS.Revista Mexicana de Investigación Educativa (1) 2. 391-407
- López, F. (1999). *El profesor: su educación e imagen popular*. México: Universidad Nacional Autónoma. Tesis para optar por el grado de doctor en pedagogía.
- Luna Maldonado, Pérez Cáceres y Osuna Carrillo (2005) *Problemas médicos legales derivados de las actividades deportivas*. Medicina Legal, Laboral y Deportiva. Pp. 560-575. España

- Merleau-Ponty, (1985) *Fenomenología de la percepción*, Editorial: Planeta-Agostini. Barcelona, 1985. 469 p
- Mardones, J. (1991). *Filosofía de las ciencias humanas y sociales: Materiales para una fundamentación científica*. Barcelona, España: Anthropos.
- Marková, I. (1996). *En busca de las dimensiones epistemológicas de las representaciones sociales*. En Páez, D., Blanco A. *La teoría sociocultural y la psicología social actual*. Madrid, España: Aprendizaje.
- Milanese, E. Merlo, R. Laffay, B (2001). *Prevención y Cura de la Farmacodependencia. Una Propuesta Comunitaria*. PYV: Méjico
- Moscovici, S. (1984a). *The phenomenon of social representations*. En Farr, R., Mocovici. S. *European Studies in Social Psychology*. París, Francia: Cambridge University Press.
- Moscovici, S. (1989). *Des représentations collectives aux représentations sociales: éléments pour une histoire*. En D. Jodelet (ed). *Les Représentations Sociales*. París. Francia: PUF.
- Moscovici, S. (1991). *La Sicología Social I*. Barcelona, España: Paidós.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires, Argentina: Huemul S.A.
- Moscovici, S. (1981). *La era de las Multitudes. Un tratado histórico de psicología de masas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Moscovici, S. (1984b). *El campo de la psicología social*. En Moscovici S. *La psicología social I*. Barcelona, España: Paidós.
- Páez, D., Ayestaran, S., De Rosa. (1987). *Representación social, procesos cognitivos y desarrollo de la cognición social*. En Páez, D., Coll, S. *Pensamiento, Individuo y Sociedad: cognición y representación social*. Madrid, España: Fundamentos.
- República Argentina. El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina (1997) *Ley Antidoping N° 24819* y Modificaciones (2000)
- Pereira de Sá, C. (1998). *A construção do Objeto de Pesquisa em Representações Sociais*. Río de Janeiro. Brasil: UERJ
- Perera, M. (1999): “A propósito de las representaciones sociales: apuntes teóricos, trayectoria y actualidad”. Informe de investigación. CIPS. La Habana.
- Perera, M. (2005): “Sistematización crítica de la teoría de las Representaciones Sociales”. Tesis en opción al grado doctor en Ciencias Psicológicas. Ministerio de

Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente. Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas. Ciudad Habana, Cuba.

-Ritzer, G. (1997). *Teoría Sociológica Contemporánea*. México: Mcgraw-Hill.

-Rodríguez, O. (1997). ¿Por qué las representaciones sociales? Un acercamiento de la teoría al análisis del EZLN. En Uribe, F. *Los referentes ocultos de la psicología política*. México: Casa Abierta al Tiempo, Universidad Autónoma de México, Unidad Iztapalapa.

-Sandoval, C. (1997) *Sueños y sudores en la vida cotidiana de trabajadores y trabajadoras de la maquila y la construcción*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica. Sotomayor, P. (1998). *Representaciones Sociales de la Solidaridad en Jóvenes de Guayaquil*. Tesis para optar al grado de Magister. Santiago de Chile: Escuela de Psicología, Universidad Católica de Chile.

-Strauss, A., Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park – London – New Delhi: Sage.

-Taylor, S., Bodgan, R. (1992). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de los significados*. Barcelona- Buenos Aires.- México: Paidós.

-Touraine, A. (1987). *El regreso del actor*. Buenos Aires, Argentina: EUDEBA.

-UNESCO (2005) *Convención Internacional contra el dopaje en el deporte*. Paris.

-UNESCO- Folleto *Educativo sobre Antidoping*

-Uribe, J., Acosta, M.T., Juárez, J. Silva, I. (1997) En torno a la democracia en México: Una caracterización. En Uribe, F. *Los referentes ocultos de la psicología política*. México: Casa Abierta al Tiempo, Universidad Autónoma de México, Unidad Iztapalapa.

-Vargas Melgarejo L (1995) *Los colores lacandonos: una estructura sobre percepción visual*. México. Tesis. Presentada Escuela de Antropología. P.115.

-Villiarolo, Pascual y otros (2007) *Doping en el deporte*. Recopilación. Módulo optativo. Medicina del Deporte. Facultad de Ciencias Médicas

-Wagner, W. & Elejabarrieta, F. (1994). *Representaciones sociales*. En F. Morales (Coord.), *Psicología social* (pp. 815-842). Madrid: McGraw-Hill.

- Yesalis CE, Bahrke MS. (2000) *Doping entre los deportistas adolescentes*, Baillieres Best Pract Res Clin Endocrinol Metab, Mar 2000; 14(1):25-35.

