



**Universidad de Valladolid**



**PROGRAMA DE DOCTORADO EN INVESTIGACIÓN  
TRANSDISCIPLINAR EN EDUCACIÓN**

**TESIS DOCTORAL:**

**PROMOVER VALORES DE ADOLESCENTES A  
ADOLESCENTES A TRAVÉS DE LA PRÁCTICA DEPORTIVA.  
PROPUESTA COMUNICATIVA EN UNA ASSOCIATION  
SPORTIVE DE UN CENTRO EDUCATIVO REP+.  
UNA EXPERIENCIA EN UNA ZEP DE ÎLE-DE-FRANCE**

Presentada por Yarianys González Ocanto para  
optar al grado de  
Doctora por la Universidad de Valladolid

Dirigida por:

Ana Teresa López Pastor

Miguel Vicente Mariño

Tutora de la estancia internacional de investigación:

Divina Frau-Meigs

*“ Il ajouta après un silence : Mes amis, retenez ceci, il n'y a ni mauvaises herbes ni mauvais hommes. Il n'y a que de mauvais cultivateurs”.*

*Victor Hugo*

*(Les Misérables, 1890)*

*“Ante esta realidad sobrecogedora que a través de todo el tiempo humano debió de parecer una utopía, los inventores de fábulas, que todo lo creemos, nos sentimos con el derecho de creer que todavía no es demasiado tarde para emprender la creación de la utopía contraria. Una nueva y arrasadora utopía de la vida, donde nadie pueda decidir por otros hasta la forma de morir, donde de veras sea cierto el amor y sea posible la felicidad, y donde las estirpes condenadas a cien años de soledad tengan por fin y para siempre una segunda oportunidad sobre la tierra”.*

*Gabriel García Márquez*

*(La soledad de América Latina. Discurso ante la Academia por la concesión del Premio Nobel, 12 de octubre de 1982)*

*Dedicatoria*

*En tu memoria mi Pitol, padre y amigo extraordinario, porque  
creías en mí y por tus consejos hoy lo he logrado...*

*Gracias mi águila...*

## *AGRADECIMIENTOS*

*A mi Shaddai –Dios Todopoderoso- por permitirme cumplir este sueño.*

*A mi amado esposo Mickael por su apoyo incondicional y por impulsarme a volar.*

*A mami y papi, Gladys y Miguel, mis amados, por su cuidado desde la distancia... y  
hasta siempre.*

*A mi hermana Yariennys, mi siempre pequeña Rokocholy, por animarme y creer en mí  
cada vez que parecía que me alejaba más de la meta.*

*A mi prima hermana Solanchs por todo el super trabajo de edición de los vídeos y por  
recordarme que podía lograrlo.*

*A mis directores de proyecto, Ana Teresa López y Miguel Vicente, y a mi tutora de  
estancia en Chaire UNESCO « Savoir Devenir » en Université la Sorbonne Nouvelle,  
Divina Frau-Meigs, por el conocimiento compartido y el camino señalado.*

*A Teresa, amiga y hermana, por estar ahí y entenderme.*

*A mi abue Mimi por sus oraciones, por cuidarnos tanto durante este tiempo. A la  
princesa Andrea por todo el amor entregado.*

*A mi familia en Cristo por sus oraciones.*

*A todos aquellos que allanaron el camino de la investigación: Victor Cornette  
y Eric Rabaza.*

*A todos aquellos adolescentes que contribuyeron con esta investigación, especialmente  
Assa, Melvin, Maissa, Siam y Amel.*

*A aquellos que pusieron su granito de arena: Sarah, Suzanna y Anne-Sophie (gigantes  
de last-day), Emmanuel, Manon.*

*GRACIAS A TODOS...y también a aquellos que observaban en silencio mi andar por  
este camino.*

## Resumen

La presente investigación se enmarca en el estudio del deporte escolar en Francia como medio de promoción de valores, específicamente en adolescentes de 11 a 15 años. De ahí el interés por el análisis de programas de acción educativa desde edades tempranas, que facilitan la promoción de valores a través de la práctica deportiva. Nuestro estudio profundiza en las buenas prácticas educativas y de comunicación de *Les Associations Sportives (AS)*, traducido Las Asociaciones Deportivas, el programa nacional de deporte escolar de la Enseñanza Secundaria en Francia. Como caso de estudio se toma el *Collège Robert Desnos*, colegio REP+ (Réseau d'éducation très prioritaire), ubicado en Orly, *Île-de-France*, uno de los barrios decretados "Zones d'Éducation Prioritaires" (ZEP), donde las condiciones sociales y económicas de las familias constituyen un factor de riesgo en el desenvolvimiento escolar de los menores, poniendo en peligro su futuro profesional y laboral. El estudio se desarrolla bajo el paradigma de Comunicación para el Cambio Social y dentro del marco de los procesos de Educación Popular, propulsados por el educador brasileño Paulo Freire, quien plantea el empoderamiento de los educandos como recurso de transformación social e individual. Este modelo se aplica desde la Investigación-Acción Participativa y se fundamenta en el método cualitativo. En el proceso de recogida de datos se utilizan como técnicas: la entrevista, la observación no participante y los talleres-encuentros, a la vez que se ha realizado una revisión bibliográfica-documental. Se logra la participación y el protagonismo de la población adolescente vulnerable socioeconómicamente en el diseño de una campaña comunicativa que promueve valores de respeto interrelacionados con otros, a través de la práctica deportiva en la AS del *Collège Robert Desnos*, haciendo uso de las TRIC, específicamente *Instagram*.

**Palabras clave:** Comunicación para el Cambio Social, Educación Popular, valores, adolescentes, Asociación Deportiva, Instagram, Francia.



## **Abstract**

This research is part of the study of school sports in France, as a means of promoting values, in particular in teenagers between 11 and 15 years old. Stemming from that is the interest in analysis of early years active programmes. The aim of these programmes is to facilitate the transmission of values through the practice of sports. Our study focuses on good educational practice and communication of *Les Associations Sportives*, translated as Sports Associations (SA), which is the national school sports' programme in French secondary education. For a case study, we have taken Robert Desnos Junior High School, classified as a *Réseau d'éducation très prioritaire* (REP+) or Extreme Priority Education Network school. It is located in the city of Orly, in the Île-de-France region - an area designated as a *Zone d'Education Prioritaire* (ZEP), or Educational Priority Area. This area is comprised of families whose social and economic conditions constitute a risk factor in the schooling development of the children, thus putting their working and professional careers in jeopardy. The study is developed under the paradigm of communication for social change and within the framework of the process of Popular Education, championed by the Brazilian educator Paulo Freire, who puts forward the empowerment of learners as a resource for individual and social transformation. This model is applied to participatory research - action and is founded on the qualitative method. The techniques used in the data collection phases are: interviews, non-participant observation and workshop meetings. A bibliographic and document review was carried out simultaneously. The study was successful in getting the socio-economically vulnerable teenage population to participate and become involved in the design of a communication campaign. The said campaign promoted the value of respect, interlinked with other values, through the practice of sport in the SA of Robert Desnos Junior High School, making use of RICT, and in particular, *Instagram*.

**Keywords:** Communication for social change, Popular Education, values, teenagers, Sport Association, Instagram, France.

## Résumé

Cette recherche s'inscrit dans le cadre de l'étude du sport scolaire en France en tant que moyen de promotion de valeurs, principalement chez les adolescents de 11 à 15 ans. L'intérêt est porté sur l'analyse de programmes d'actions éducatives depuis le plus jeune âge. Ceux-ci ont pour but de faciliter la transmission de valeurs à travers la pratique sportive. Notre étude se penche sur les bonnes pratiques éducatives et la communication des Associations Sportives (AS), le programme national du sport scolaire dans l'enseignement secondaire en France. L'étude de cas est le Collège Robert Desnos, un établissement classé REP+ (Réseau d'Education Prioritaire). En effet, ce dernier est situé à Orly en Île-de-France, au sein d'un quartier décrété « Zone d'Education Prioritaire » (ZEP). Cette zone regroupe les familles dont les conditions sociales et économiques constituent un facteur de risque dans le parcours scolaire des mineurs. Cela impacte leur avenir professionnel. L'étude est développée sous le paradigme de communication pour le changement social dans le cadre d'un processus d'éducation populaire. Ce dernier fut alimenté par l'éducateur brésilien Paulo Freire, qui propose l'autonomisation des apprenants comme ressource de transformation individuelle et sociale. Ce modèle s'applique dans la recherche d'action participative et se fonde sur la méthode participative. Les techniques utilisées dans le processus de reconnaissance de données sont : l'entretien, l'observation non participante, les ateliers-rencontres. Une revue bibliographique-documentaire a été réalisée en simultanée. Ainsi, la participation et la prise d'initiative de la population adolescente socio-économiquement vulnérable sont obtenues dans la conception d'une campagne de communication qui promeut des valeurs dans lesquelles le respect est une notion primordiale. Cette dernière fut mise en place autour de la pratique sportive au sein de l'AS du collège Robert Desnos par l'utilisation des TRIC, tel que Instagram.

**Mots-clés :** Communication pour le changement social, Education Populaire, valeurs, adolescents, Association Sportive, Instagram, France.

## ÍNDICE

Introducción.....	16
Capítulo 1. Recorrido Teórico Necesario .....	22
1.1. Adolescentes y TRIC .....	22
1.1.1. Características claves de la adolescencia .....	22
1.1.2. Adolescentes y sus formas de comunicación .....	28
1.1.3. Habitar una adolescencia real-virtual .....	30
1.2. Adolescentes y redes sociales digitales.....	37
1.2.1. Características e impactos de las redes sociales digitales .....	38
1.2.2. Usos generales de las redes sociales digitales .....	47
1.2.3. Adolescentes en las redes sociales digitales.....	49
1.2.3.1. Navegando en <i>Instagram</i> .....	56
1.3. Comunicación para hábitos saludables en adolescentes .....	60
1.3.1. Comunicación y salud .....	60
1.3.2. Profundizando en los hábitos de vida saludables .....	66
1.3.3. Hábitos de vida saludables o no saludables de adolescentes .....	69
1.4. Deporte como estilo de vida saludable física y emocionalmente .....	73
1.4.1. Definiendo el deporte .....	73
1.4.2. Clasificaciones del deporte.....	79
1.4.3. Ámbitos del deporte .....	82
1.4.3.1. Deporte de competición .....	82
1.4.3.2. Deporte para la salud.....	85
1.4.3.3. Deporte y ocio .....	86
1.4.3.4. Deporte de iniciación .....	86
1.4.4. Deporte escolar.....	87
1.4.4.1. Concepto del deporte escolar .....	88
1.4.4.2. Orígenes del deporte escolar .....	93

1.4.5. Práctica deportiva de adolescentes.....	96
1.4.6. Deporte y valores clave en la adolescencia.....	97
1.4.6.1. Hablemos de valores: un tema necesario hoy .....	98
1.4.6.2. Valores del deporte escolar .....	100
1.4.6.3. Valores en la adolescencia .....	102
1.5. Educación y Comunicación para el cambio social .....	106
1.5.1. Conociendo el paradigma. Pilares fundamentales.....	107
1.5.2. Marco conceptual de la investigación .....	111
1.5.3. Buenas prácticas comunicativas a propósito de adolescentes, valores y deporte como hábito saludable .....	114
Capítulo 2. Amplia apuesta institucional por la promoción del deporte en adolescentes .....	124
2.1. La mirada internacional del deporte para promover valores .....	124
2.1.1. Apuesta de la ONU por los valores del deporte .....	124
2.1.2. Apuesta de la OMS por la actividad física de los adolescentes .....	128
2.1.3. Acciones desde los Estados Americanos y la Unión Europea para los adolescentes.....	133
2.2. La apuesta nacional en Francia por políticas deportivas de integración.....	141
2.2.1. El apoyo al deporte escolar: <i>Union Nationale du Sport Scolaire</i> .....	145
2.3. La mirada local desde la <i>Association Sportive</i> .....	151
2.3.1. <i>Association Sportive</i> .....	152
Capítulo 3. Enfoque Metodológico .....	157
3.1. Preguntas de investigación.....	157
3.2. Objetivos de Investigación.....	159
3.3. Perspectiva metodológica. Investigación-Acción Participativa.....	161
3.4. Recogida de datos y su muestra .....	162
3.4.1. Población y Muestra.....	163
3.4.2. Técnicas y procedimientos .....	165

3.4.2.1. Entrevista.....	165
3.4.2.2. Observación no participante.....	167
3.4.2.3. Talleres-encuentros .....	170
Capítulo 4. Análisis de Caso: La <i>Association Sportive</i> en el <i>Collège Robert Denos</i> ...	175
4.1. <i>Associations Sportives</i> en el <i>Collège Robert Denos</i> .....	175
4.1.1. Conociendo el <i>Collège Robert Denos</i> .....	175
4.1.2. Programa de la <i>Association Sportive</i> del <i>Collège Robert Denos</i> .....	186
4.1.2.1. Programa de la <i>Association Sportive</i> y valores .....	195
4.1.2.2. Programa de la <i>Association Sportive</i> y comunicación .....	197
4.2. Práctica deportiva de adolescentes de la <i>Association Sportive</i> .....	202
4.2.1. Motivaciones de adolescentes hacia la práctica deportiva.....	203
4.3. Evaluación de la <i>Association Sportive</i> por adolescentes .....	205
4.3.1. Elementos Positivos de la <i>Association Sportive</i> .....	206
4.3.2. Elementos Negativos de la <i>Association Sportive</i> .....	207
4.3.3. Elementos a mejorar en la <i>Association Sportive</i> .....	211
4.4. Valores señalados por los adolescentes .....	214
4.4.1. Valores identificados en la <i>Association Sportive</i> .....	216
4.4.2. Valores identificados para transmitir a adolescentes .....	219
4.5. Incidir en el respeto y otros valores a través de las acciones comunicativas.....	225
Capítulo 5. Diseño de la Propuesta Comunicativa .....	233
5.1. Planificación de la Campaña de Comunicación .....	236
5.1.1. Público objetivo.....	239
5.1.2. Objetivos de la Campaña .....	240
5.1.3. Concepto Creativo.....	241
5.1.4. Eslogan/Lema.....	241
5.1.5. Storytelling/Relato .....	243
5.1.6. Soportes.....	244

5.1.7. Planificando la difusión de la campaña.....	244
5.1.8. Planificando la evaluación de la campaña.....	246
5.2. Producción de la Campaña de Comunicación .....	248
Conclusiones.....	252
Limitaciones .....	256
Recomendaciones y Líneas de continuidad .....	258
Conclusions .....	260
Limitations .....	264
Recommandations et lignes de conduite.....	266
Referencias Bibliográficas.....	268
Disposiciones legales .....	291
Fuentes electrónicas y páginas webs .....	292
ANEXOS .....	295
Anexo 1. Clasificación de las actividades deportivas.....	295
Anexo 2. Entrevista semiestructurada .....	296
Anexo 2.1. Entrevista al Director del <i>Collège Robert Desnos</i> y Presidente de la <i>Association Sportive</i> .....	296
Anexo 2.2. Entrevista al Profesor de Educación Física y Profesor de deporte de la AS del <i>Collège Robert Desnos</i> .....	300
Anexo 3. Aplicación de la Observación no participante .....	313
Anexo 4. Imágenes de entrenamientos observados .....	317
Anexo 5. Talleres-encuentros con adolescentes. Primera etapa. ....	319
Anexo 5.1. Taller con el Grupo 1 (chicos).....	319
Anexo 5.2. Taller con el Grupo 2 (chicas) .....	322
Anexo 5.3. Taller con el Grupo 3 (chicas y chicos).....	324
Anexo 6. Talleres-encuentros con adolescentes. Segunda etapa. ....	328
Anexo 6.1. Taller con el Grupo 4 (chicos y chicas). Primera parte. ....	328
Anexo 6.2. Taller con el Grupo 4 (chicos y chicas). Segunda parte. ....	333

Anexo 6.3. Taller con el Grupo 4 (chicos y chicas). Tercera parte.....	338
Anexo 7. Imágenes del taller con el Grupo 4. Primera parte.....	340
Anexo 7.1. Miembros del Grupo 4.....	340
Anexo 7.2. Árbol de problemas .....	341
Anexo 8. Guion del Proceso Creativo. ....	342
Anexo 9. Sitio web de <i>Collège Robert Desnos</i> .....	343
Anexo 10. Claves utilizadas en las transcripciones. ....	344
Anexo 11. Cartel de la campaña de comunicación .....	345
Anexo 12. Variantes de carteles de la campaña de comunicación .....	346
Anexo 13. Videos de la campaña de comunicación .....	347
Anexo 14. Arquitectura y diseño exterior e interior del Collège Robert Desnos .....	348
Anexo 14.1. Edificio del <i>Collège Robert Desnos</i> .....	348
Anexo 14.2. Área de recreación del <i>Collège Robert Desnos</i> .....	349
Anexo 14.3. Gimnasio del <i>Collège Robert Desnos</i> .....	350
Anexo 14.4. Biblioteca del <i>Collège Robert Desnos</i> .....	351
Anexo 14.5. Área de la administración del <i>Collège Robert Desnos</i> .....	352

## Introducción

Cada vez es más notable el detrimento de la sociedad actual en cuanto a la capacidad de convivencia de los individuos y sus relaciones interpersonales. Podríamos mencionar algunas variables condicionantes como familias desestructuradas, absentismo escolar, subcultura escolar violenta, escasez de recursos económicos o bajo poder adquisitivo, situación legal irregular, entre otros; pero no olvidemos que la sociedad está hecha por todos y para todos.

Por tanto, entre todos podemos contribuir al desarrollo de nuestra sociedad, a la búsqueda del bienestar social y a la mejora de la calidad de vida. En paralelo, reconocemos la existencia de una nueva sociedad digital que evoluciona y plantea otras formas de relacionarse y comunicarse: correo electrónico, mensajería instantánea, foros y/o salas de conversación online, chat personal y/o profesional, audio y video llamadas, audio y video conferencias, etc. De ahí la necesaria posición del sistema educativo como agente socializador y su intervención en las experiencias emergentes, teniendo en cuenta que los sujetos receptores de hace más de una década hoy son usuarios activos en Internet, generadores de contenido, opinadores, *influencers* y/o *viralizadores*.

Las normas y principios básicos de convivencia en nuestra sociedad se sustentan a partir de una serie de valores que se enseñan desde edades tempranas. Los programas y acciones del sistema educativo, en general, contemplan la educación en valores, es decir, aquellas referencias éticas que contribuyen al desarrollo de la capacidad transformadora y participativa con un significado positivo hacia la sociedad. Hablamos de valores importantes como el respeto, la honradez, el esfuerzo, la responsabilidad, la disciplina, la amistad, la solidaridad, la lealtad, el compañerismo, el trabajo en equipo y la igualdad. Todo esto se observa desde una perspectiva individual y colectiva, imprescindible dentro del *savoir vivre ensemble*.

Hay quienes debaten sobre otros valores que son resultado de la era de la globalización y el consumo, valores que por su carácter negativo suelen contribuir al deterioro social que venimos comentando. Por ejemplo, valores como el individualismo, el egoísmo, la competitividad, el irrespeto, la deshonestidad, la intolerancia, la irresponsabilidad, el racismo, la deslealtad, el derrotismo y el menosprecio. La adopción de estos valores busca



su justificación en la necesidad de supervivencia, de alcanzar las metas propuestas, de obtener poder y éxito, donde todo vale.

Entonces se transgreden los límites de los derechos del otro, incurriendo en la violación de los Derechos Humanos recogidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1948), documento que contiene el ideal común para todos los pueblos y naciones, afirma la Organización de Naciones Unidas (Web ONU, 2020).

Por citar algunos ejemplos, la Declaración Universal de los Derechos Humanos en el artículo 1, y también en su artículo 7, habla de la igualdad de los seres humanos y del comportamiento fraternal que deben tener los unos con los otros.

Artículo 1. Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros. (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1948)

Artículo 7. Todos son iguales ante la ley y tienen, sin distinción, derecho a igual protección de la ley. Todos tienen derecho a igual protección contra toda discriminación que infrinja esta Declaración y contra toda provocación a tal discriminación. (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1948)

Por otra parte, el artículo 26 expone el derecho a la educación, cuyo objeto también debe ser el fortalecimiento del respeto y favorecer la comprensión, la tolerancia y la amistad entre las naciones para mantener la paz, lo cual se aplica a los distintos espacios de interacción social.

Artículo 26. Toda persona tiene derecho a la educación [...] La educación tendrá por objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana y el fortalecimiento del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales; favorecerá la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las naciones y todos los grupos étnicos o religiosos, y promoverá el desarrollo de las actividades de las Naciones Unidas para el mantenimiento de la paz. (Asamblea General de las Naciones Unidas, 1948)

Ciertamente existe una intención por parte de los centros de educación a nivel internacional de contribuir a una formación integral del aprendizaje, no solo de conocimientos sino también de valores, que suelen ser declarados en las guías metodológicas de los propios centros. Desde edades tempranas se incorporan proyectos y actividades que fomentan la enseñanza de valores en los programas educativos, ya sea en horario escolar o extraescolar. Francia no es la excepción, si bien, como ocurre en otros países, la educación en valores puede verse diezmada por otros objetivos pedagógicos.

Atendiendo a la etapa del desarrollo humano, uno de los grupos etarios más vulnerables es la población adolescente. De ahí el tratamiento especial de este colectivo en las diferentes esferas, sobre todo familiar y escolar, denotando la relevancia de su educación en valores. En esta línea, nuestra investigación pretende promover valores para una buena convivencia en la población adolescente de 11 a 15 años, tomando como caso de estudio a la población adolescente del *Collège Robert Desnos*, ubicado en la región *Île-de-France*, en Francia.

El elemento de interés y relevancia en el presente estudio es que el proceso de promoción de valores se pondrá en manos de los sujetos implicados, en este caso adolescentes, haciendo uso de las redes sociales digitales, específicamente *Instagram*. La promoción de los valores se abordará a través de la práctica deportiva, correspondiente al programa de deporte escolar implementado en el territorio francés mediante las llamadas *Associations Sportives (AS)*.

En este caso, el interés en tomar la práctica deportiva de adolescentes responde a que la tendencia sedentaria en edad escolar a nivel internacional es cada vez mayor, principalmente en este grupo poblacional. Reconocidas organizaciones (como la Organización Mundial de la Salud, la Organización de Naciones Unidas y UNICEF, la Organización Panamericana de la Salud, la Unión Europea, el Programme National Nutrition Santé (PNNS) que propone el Ministère des Solidarités et de la Santé, el Ministère des Sports, la Estrategia NAOS española, ejecutada por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición...) han advertido sobre el tema salud y la importancia de la práctica deportiva para la misma, así como su necesario cuidado para la prevención de Enfermedades No Transmisibles (ENT) como el sobrepeso y la obesidad.

Por ejemplo, la Asamblea General de Naciones Unidas, cuando establece los conocidos Objetivos Mundiales u Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el año 2015, plantea como Objetivo 3: “Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades”. También declara que “para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible es fundamental garantizar una vida saludable y promover el bienestar universal” (Web ODS, 4/02/2020).

En este sentido, la realización de actividad física y deporte contribuye al desarrollo de un estilo de vida saludable, considerando además sus aportes al bienestar no solo físico y mental, sino también social desde los valores que se le atribuyen y que están relacionados con la formación y desarrollo de la personalidad y con el bienestar y la vida social del individuo. Sin embargo, según algunos autores, educar en valores no es un rasgo que se desarrolle de manera natural con la práctica deportiva, sino que se debe trabajar de forma intencionada en una relación positiva (Contreras, 2006; Gutiérrez, 1995; Monjas, Ponce y Gea, 2015; Velázquez, 2007).

En el territorio francés se ha comprendido que la inactividad es perjudicial para la salud. Por tanto, se han desarrollado acciones específicas a nivel nacional para incentivar la práctica físico-deportiva desde edades tempranas. Nuestra investigación se enfocará en las acciones implementadas sobre todo en el ámbito educativo formal, tomando como referencia el derecho a una educación integral y de calidad: “Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos” (ODS, Objetivo 4).

Nuestra aproximación al estado de la cuestión desde el campo de la educación, la comunicación y la salud, como se menciona anteriormente, pretende promover valores a través de la práctica deportiva, como estilo de vida saludable, en la población adolescente de 11 a 15 años. Para ello, se plantea el uso de la red social digital *Instagram* como medio de comunicación que se encuentra al alcance de los adolescentes, teniendo en cuenta la importancia que los mismos le confieren.

Por tanto, nos planteamos algunas preguntas de investigación:

- 1- *¿Cuáles son las acciones de comunicación más importantes que se vienen implementando en Francia para promover valores a través de la práctica deportiva en la población adolescente? ¿Hasta qué punto se aprovechan para*

*ello las redes sociales digitales, canal de comunicación fundamental en esta etapa vital?*

- 2- *¿Qué papel juega en todo ello la visibilización de los valores positivos individual y colectivamente que la práctica deportiva aporta?*
- 3- *¿Cómo se implementa todo ello en un espacio local concreto, en un centro educativo, y qué mejoras pueden experimentarse a nivel micro que puedan ser extrapolables a escalas mayores?*

El informe de esta investigación consta de cinco capítulos principales. En el *Capítulo 1* se hace un acercamiento a los fundamentos teóricos, conceptualizando los términos más importantes relacionados con el objeto de estudio y el paradigma de comunicación correspondiente. El *Capítulo 2* expone la metodología implementada, si bien el *Capítulo 3* analiza el caso de estudio y el *Capítulo 4* muestra los resultados de la investigación. Por último, el *Capítulo 5* explica el diseño de la propuesta comunicativa y su proceso creativo.

En general, este estudio permite profundizar en las acciones de comunicación implementadas de forma planificada o no, de carácter estatal o no, y su aplicación en un centro educativo, situado en una de las “*Zones d’Education Prioritaires*” (ZEP) de Orly, *Île-de-France*. El *Collège Robert Desnos* es un colegio REP+, de Educación Prioritaria Reforzada, que pertenece a una red de educación prioritaria (*réseau d’éducation prioritaire*).

Según lo estipulado en la educación nacional francesa, cuando hablamos de una ZEP se aplica una política de educación prioritaria que tiene por objetivo reforzar la acción pedagógica y educativa en las escuelas para lograr el éxito escolar, si bien pretende corregir el impacto de las desigualdades sociales y económicas existentes en el alumnado. De ahí el objetivo de promover valores a través de la práctica deportiva en la población adolescente.

La politique d’éducation prioritaire a pour objectif de corriger l’impact des inégalités sociales et économiques sur la réussite scolaire par un renforcement de l’action pédagogique et éducative dans les écoles et établissements des territoires qui rencontrent les plus grandes difficultés sociales. (Web Ministère de l’Education Nationale et de la Jeunesse, 2021)

La contribución social de nuestra tesis se sitúa en unas coordenadas disciplinares concretas -la intersección entre educación, comunicación y salud- y su alcance se proyecta hacia cuestiones de máxima relevancia en las sociedades actuales, como la convivencia pacífica y el diálogo social.

En este sentido, se promueven valores, poniendo la mirada en la población adolescente y haciendo uso de las redes sociales digitales y del deporte escolar. Su aportación contempla la comunicación entre iguales, en este caso adolescentes, con un diseño participativo para el fomento de hábitos saludables, enfocado esencialmente en el deporte. Tema de actualidad y relevancia considerando el estudio dirigido por la Organización Mundial de la Salud (OMS), que demuestra que “la mayoría de los adolescentes del mundo no realizan suficiente actividad física, y que eso pone en peligro su salud actual y futura” (OMS, 2019).

Los datos publicados sobre los niveles de actividad física insuficiente, entre las niñas y los niños de 11 a 17 años, por investigadoras de la OMS en la revista *The Lancet Child & Adolescent Health*, plantean “que más del 80% de los adolescentes en edad escolar de todo el mundo —en concreto, el 85% de las niñas y el 78% de los niños— no llegan al nivel mínimo recomendado de una hora de actividad física al día” (OMS, 2019).

Ante tales circunstancias, la presente investigación sigue la línea de una de las principales recomendaciones de la OMS (Web OMS, 2020) para niños y jóvenes de 5 a 17 años, quienes deben invertir, según se indica, como mínimo 60 minutos diarios en actividades físicas de intensidad moderada a vigorosa.

Por otra parte, el marco conceptual bajo el que se desarrolla la investigación son el paradigma de Comunicación para el cambio social y los planteamientos de la Educación Popular, que desde la participación de los sujetos implicados busca incidir e incentivar los procesos de transformación social, siendo de gran relevancia ya que nuestro caso de estudio se sitúa dentro de una zona de educación prioritaria en Orly, *Île-de-France*.

## Capítulo 1. Recorrido Teórico Necesario

Durante el presente capítulo se realiza un acercamiento teórico y conceptual a los ejes básicos que permiten contextualizar nuestro objeto de estudio. En principio, se analizan las características de la adolescencia y las formas de comunicar de la población adolescente, sobre todo a través de las tecnologías de la relación, la información y la comunicación (a partir de este momento, nos referiremos a ellas como TRIC), y específicamente de las redes sociales digitales. Además, se realiza una aproximación al concepto de comunicación para hábitos saludables, dentro de los cuales se destaca el deporte, teniendo en cuenta sus valores con la posibilidad de que sean promovidos en una campaña comunicativa de adolescentes a adolescentes. Finalmente, se presenta el marco conceptual de nuestro estudio bajo el paradigma teórico de la comunicación para el cambio social y los procesos de educación popular, mostrando a su vez ejemplos de buenas prácticas comunicativas.

### 1.1. Adolescentes y TRIC

Comunicar es una necesidad básica del ser humano, de la cual no está exenta la población adolescente y su manera de expresarse es de relevancia para nuestra investigación. De ahí que nos interesamos en las formas de comunicación de la población adolescente, pasando por la definición de adolescencia y profundizando en el uso que hacen de las nuevas tecnologías.

#### 1.1.1. Características claves de la adolescencia

El término *adolescencia* se toma del latín *adolescens* (también *adulescens*), definido como ‘hombre joven’, que viene de *adolescere*, traducido ‘crecer’ (Corominas, 1980). En este proceso de crecimiento también se habla de madurez y pubertad, más relacionados con la sexualidad y la capacidad reproductiva. Además, se emplea el vocablo ‘pubescencia’, clasificando el momento en que el sujeto se vuelve velludo o peludo, donde se producen importantes cambios fisiológicos relacionados con la madurez sexual (Muñoz, 2000).

Los primeros veinte años del siglo XX muestran avances en torno a la adolescencia como una etapa del desarrollo, pero lo más significativo fue la invención del adolescente, de la juventud, con una definición social determinada por un proceso biológico de maduración (Kett, 1977; en Muñoz, 2000).

Dentro del proceso de maduración, para Sánchez y González (2004) la adolescencia representa el paso de una etapa de la vida a otra, señalando el comienzo de la transición entre la niñez y la adultez. Cannard (2019) coincide con estos autores, puesto que entiende la adolescencia como una etapa o período transitorio, que se encuentra entre la infancia y la edad adulta. Sin embargo, también hace alusión al aspecto físico de la adolescencia donde el crecimiento es más visible, aunque en práctica esta transición puede no ser considerada, en dependencia de la época y la cultura.

En théorie, c'est la période transitoire entre l'enfance et l'âge adulte car la croissance y est plus visible. En pratique, ce passage, on l'a vu, peut être inexistant ou plus ou moins prolongé selon les époques et les cultures.  
(Cannard, 2019, p. 31)

En este sentido, Sébal (2012) considera, al igual que Cannard (2019), que la adolescencia comienza con la llegada de la pubertad, período en el cual se produce el desarrollo sexual debido a la maduración del sistema nervioso central y tienen lugar las transformaciones somáticas, psicológicas, metabólicas y hormonales, que brindan la posibilidad de reproducirse. Dichos autores se refieren fundamentalmente al desarrollo y al cambio físico que preceden al desarrollo intelectual y de la personalidad que alcanza el individuo mayormente en la adultez.

El debate sobre la adolescencia gira en torno a sus procesos de cambio y a sus dificultades de adaptación. De acuerdo con Muñoz (2000), varios estudiosos del tema (Hall, 1904; Freud, 1946; Jones, 1958; Blos, 1962) comprenden la adolescencia como una etapa con características muy particulares: turbulencias, conflictos, cambios conductuales y enfrentamientos a las normas establecidas.

Como bien explican Sánchez y González (2004), la adolescencia se conoce por ser un período difícil, crítico y complejo. Sin embargo, debemos entenderla como:

... una etapa distinta por sus características biológicas, sociales, cognitivas, afectivas, motrices y por las formaciones psicológicas adquiridas; sin

menospreciar por supuesto, la coexistencia de rasgos infantiles y adultos, pero teniendo en cuenta la presencia de cualidades psíquicas más maduras con una heterogeneidad de manifestaciones, donde se encuentran algunos factores que frenan o que acentúan los rasgos adultos. (Sánchez y González, 2004, p. 137)

No obstante, además debe tenerse en cuenta la fragilidad y sensibilidad que existe dentro de esta etapa de cambio, donde cohabitan manifestaciones de la infancia y de la adultez y, al mismo tiempo, se deja de ser niño y no se llega a ser adulto. Esto es lo que explica Françoise Dolto (Dolto, Dolto-Tolitch y Percheminier, 2018) a través de la metáfora de la langosta, en la cual compara a los adolescentes con una langosta en el proceso de muda, durante el cual este crustáceo pierde su exoesqueleto para desarrollar uno nuevo.

Ces adolescents, Françoise Dolto disait qu'ils étaient comme les homards avant la mue, sans carapace, confrontés à tous les dangers aux congères prédateurs qui les guettent et à la nécessité d'en « suinter » une autre. (Dolto, Dolto-Tolitch y Percheminier, 2018, p. 11)

Si bien reconocemos las vulnerabilidades de la adolescencia, pensamos que, al igual que Serra y Rabino (2018), esta etapa no tiene que transformarse necesariamente en una etapa de crisis. De hecho, tomando el modelo T que propone Kalish (1989), la transición que se experimente va a depender del impacto de los cambios, en el plano tanto objetivo como subjetivo, así como de aquellos recursos que posee la persona para enfrentar ese cambio, entre ellos los sociales donde intervienen notablemente la familia, la escuela y el grupo de iguales.

Durante la construcción de su identidad los adolescentes pasan de una concepción e imagen de sí mismos a un reflejo de aquello que sus padres les han inculcado en su infancia (Serra y Rabino, 2018). Entendemos, de acuerdo con Serra y Rabino (2018), que de lo recibido se forma algo propio, único e individual, que es acompañado por la separación de los padres en tanto a su rol de referencia para sus hijos y donde toman un progresivo protagonismo sus iguales. Estos dos últimos elementos, como afirma Erikson (1956) y sostiene Serra y Rabino (2018), constituyen una parte imprescindible de la adolescencia y de lo que, a su vez, denominan una construcción saludable de la identidad del adolescente frente a una posible difusión de su identidad.



Durante este período la principal responsabilidad del adolescente es con la escuela, dedicando gran parte de su tiempo a las diversas actividades de aprendizaje desarrolladas en el marco educativo. Aunque también comienzan a aparecer otras actividades, relacionadas o no con la escuela, de carácter social, que según Sánchez y González (2004) pueden ser artísticas, laborales, deportivas y/o recreativas, y se realizan en grupo dando solución a tareas prácticas y sociales. En dichas actividades comienza a ser significativa la presencia del grupo de iguales.

En cuanto a las relaciones de los adolescentes con sus pares, se plantea la posible aparición de la relación íntimo-personal, que da espacio al intercambio de vivencias y reflexiones, a la camaradería, al respeto y confianza entre ellos (Sánchez y González, 2004). Como parte de sus vínculos interpersonales se encuentra el grupo, que juega un papel fundamental en la conducta del adolescente y en la selección de sus actividades frente a su necesidad de aceptación social.

El grupo también tiene gran relevancia en la búsqueda de la identidad personal del adolescente. A propósito de lo cual, explican Sánchez y González (2004), la opinión del grupo cobra mayor peso que la de padres y educadores, por tanto, el bienestar emocional del adolescente depende del logro de la posición deseada dentro de su grupo.

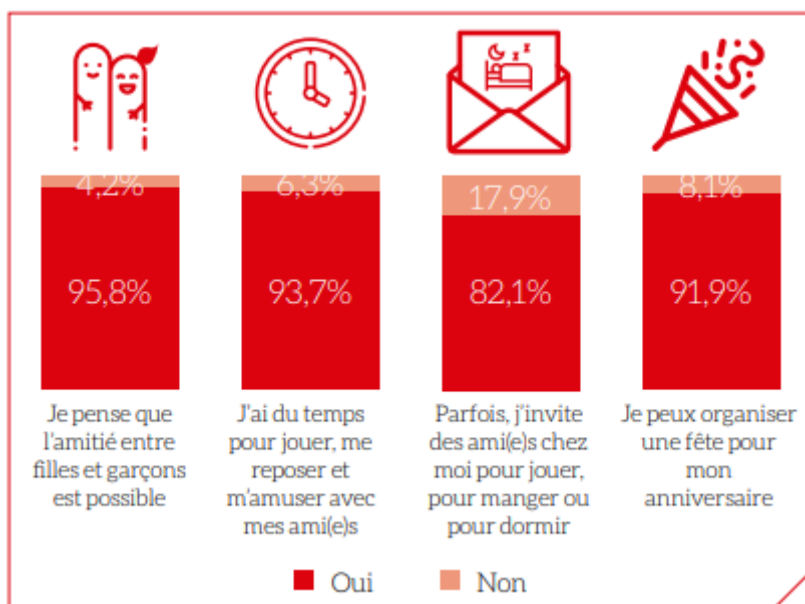
Para la población adolescente la relación con sus iguales tiene una gran relevancia. Significa el espacio donde pueden sentirse más identificados y comprendidos, donde suelen expresarse sin ser reprochados o sometidos a la autoridad de un adulto.

Dentro del marco del estudio llevado a cabo a nivel nacional en Francia (UNICEF France, 2021), se ha constatado que la socialización es parte importante de la infancia y la adolescencia, sobre todo en la construcción de la propia historia del sujeto.

*Avoir des amis, pouvoir les inviter chez soi, passer du temps avec eux constitue, durant l'enfance et l'adolescence, une occasion de socialisation non négligeable, notamment pour les plus âgés qui ont à construire leur histoire.*  
(UNICEF France, 2021, p. 48)

Esto se evidencia en los datos tomados del estudio anteriormente mencionado (UNICEF France, 2021, p. 48), los cuales se exponen en el gráfico 1, donde se pretende caracterizar los vínculos que tienen niños y adolescentes con sus iguales.

**Gráfico 1. Relación entre iguales**



**Fuente:** Tomado de UNICEF France (2021, p. 48).

Como se puede observar, las categorías analizadas muestran buenos indicadores respecto al nivel de socialización e integración de niños y adolescentes. Más del 90% de niños y adolescentes asegura *tener tiempo para jugar, descansar y divertirse con sus amigos*. Aunque son menos del 85% los que pueden *invitar amigos a sus casas para jugar, comer o dormir*, sigue siendo la mayoría de los niños y adolescentes quienes manifiestan un interés por reunirse con sus coetáneos.

Por su parte, investigadores como Moreno (1990) y Pintor y Pecharromán (2010), estudian la adolescencia en tres fases: preadolescencia, adolescencia media y madura o tardía. Nuestro estudio abarca principalmente la fase de preadolescencia y alcanza la primera mitad de la fase de adolescencia media. A continuación, se explica la síntesis del desarrollo evolutivo de ambas fases de la adolescencia:

**Tabla 1.** Desarrollo evolutivo de la adolescencia

Fases de la adolescencia	Desarrollo evolutivo
<p>PREADOLESCENCIA</p> <p>10-13 años (aproximadamente)</p>	<p>La <i>pubertad</i>, como fenómeno biológico, estimula cambios de orden, que pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Psicológico: búsqueda de autoestima, autoconcepto, autoimagen.</li> <li>- Social: comienzo de autonomía progresiva y relación intensa con sus iguales en grupo; pero el referente sigue siendo sus padres y educadores.</li> <li>- Moral: descubrimiento de la <i>duda</i> ante lo <i>moral</i>, la <i>ciencia</i> y la <i>verdad</i>.</li> <li>- Identidad: consolidación del aprendizaje del papel social de género.</li> </ul>
<p>ADOLESCENCIA MEDIA</p> <p>14-16 años (aproximadamente)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento de la autonomía intelectual, social y moral.</li> <li>- Contraste del autoconcepto con el conocimiento del grupo y su relación con él, existencia de tensiones.</li> <li>- Aumento de las relaciones personales. Dialéctica entre egocentrismo y empatía. Posible adicción a consumos (modas, marcas...), especialmente los tecnológicos (móvil, videojuegos...). Peligro ante la construcción ficticia de identidades virtuales (perfiles sociales, chat...).</li> <li>- Del juego y los intereses se pasa a las actitudes y valores asumidos personalmente, que a menudo suelen contrastar con la familia y los convencionalismos.</li> <li>- Cuestionamiento de la imagen corporal y la apariencia personal.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Pintor y Pecharromán (2010, p. 39-42).

El conocimiento de estas fases de la adolescencia posibilita un mayor entendimiento de su población. La aproximación a su manera de mirar, sentir y relacionarse con el mundo que empiezan a descubrir, sus interrogantes y respuestas particulares derivadas de las experiencias personales y grupales, son elementos clave a considerar para la transmisión de valores.

### **1.1.2. Adolescentes y sus formas de comunicación**

La población adolescente, en su necesidad de crear su propia opinión y expresar su sentir, utiliza diferentes formas de comunicación, en relación con el interlocutor y el espacio. Es por ello que hablamos de las formas de comunicación de este grupo, tomando como referencia el ámbito familiar y el grupo de iguales.

Ambas referencias tienen una gran influencia en la construcción de la identidad del adolescente. En el seno familiar, los padres representan la primera figura de referencia para sus hijos desde la infancia. No obstante, el grupo de iguales ya sea en la escuela, en el barrio o en los centros deportivos y/o recreativos adquiere un rol protagónico para la población adolescente.

La comunicación entre padres y adolescentes, que pudiéramos extrapolar a la comunicación en general con los adultos, se describe como abierta y/o problemática (Saliha, 2021). La comunicación abierta permite el intercambio de informaciones entre padres y adolescentes desde el respeto, la libertad, la intimidad y el apoyo emocional. Mientras que la comunicación problemática conduce a acciones negativas e incorrectas entre las partes, donde no hay aportación de ideas ni libre intercambio, sino mayormente críticas.

La posición de padres y/o adultos desde una comunicación abierta y/o problemática puede determinar luego la medida en que el adolescente lo incluye, o no, en sus canales y redes de relaciones sociales. Sin embargo, dentro de estas redes encontramos con mayor facilidad a sus pares, con quienes generalmente mantienen una comunicación horizontal y de complicidad, sin juicios ni críticas, sin el impacto de las diferencias generacionales. Por lo tanto, consideraremos en este trabajo los principales canales y redes de comunicación empleados por la población adolescente.

Si bien naturalmente la población adolescente se comunica con los demás cara a cara para construir su entorno social, no es menos cierto que, por lo general, establece y desarrolla sus relaciones interpersonales a través de las nuevas tecnologías de la relación, la información y la comunicación.

Estas nuevas tecnologías han transformado las formas de comunicación de la sociedad en general, sobrepasando los límites geográficos y las distancias físicas, pues permiten un intercambio virtual instantáneo, a través de imagen y/o sonido -opcionales, con otras

personas localizadas a cortas o grandes distancias. Aunque en algunos casos vemos personas compartiendo el mismo tiempo y espacio físico (casa, escuela, trabajo, centro cultural, recreativo y/o deportivo, etc.) que, por diversas razones, optan por comunicar entre sí empleando herramientas digitales de dichas tecnologías, como el chat, la mensajería instantánea o el correo electrónico.

Esto concierne fundamentalmente a los más jóvenes. Según plantea UNICEF, “les jeunes (de 15 à 24 ans) constituent la tranche d’âge la plus connectée. À l’échelle mondiale, 71% d’entre eux utilisent Internet contre 48% pour la population totale” (2017, p. 3).

Es una realidad que la población adolescente, en su mayoría, busca constantemente estar conectada al mundo digital, lo que señala Marcotte (2003) como *la sociabilité en réseaux*. Por ejemplo, dentro del seno familiar varios momentos están o pueden estar mediados por la introducción de las tecnologías digitales, en dependencia de la postura, favorable o no, tomada por los padres y/o tutores hacia las mismas.

Nos referimos a momentos que se comparten sentados en la mesa para las comidas, en conversaciones en el salón, durante la realización de los deberes escolares o del hogar, o en el tiempo de juego, entre otros. En cada uno de estos espacios puede hacerse notar la presencia de los llamados omnipresentes dispositivos móviles, en particular los teléfonos móviles (Rodrigo-Sanjoaquín et al., 2019), y herramientas digitales en manos de adolescentes, lo cual, según la intensidad de su uso, podría considerarse excesivo o no.

También ocurre, en menor o mayor medida, dentro de los espacios compartidos entre los propios adolescentes. Aun cuando se reúnen a la misma hora y en el mismo lugar, con la finalidad de jugar y divertirse en lugares recreativos y de ocio, en fiestas, en casa de los amigos, o con el objetivo de estudiar y hacer trabajos grupales del colegio en bibliotecas, centros de investigación u otros, su tendencia suele ser la utilización de tecnologías digitales y dispositivos móviles.

Como bien apunta el *Conseil de l’enfance et de l’adolescence*:

Le numérique devient quasiment omniprésent chez les adolescents. Les disparités dans l'accès à la technologie numérique entre les sexes ou entre groupes socioéconomiques ayant pratiquement disparu depuis quelques années, la présence du numérique touche pratiquement tous les groupes d'adolescents aujourd'hui. (2020, p. 64)

De ahí la necesidad de profundizar en las nuevas tecnologías de las relaciones, la información y la comunicación y su uso por la población adolescente.

### **1.1.3. Habitar una adolescencia real-virtual**

Durante el último tercio del siglo XX, la informática ha ido ganando centralidad en prácticamente todos los planos de nuestras vidas. Esto ha traído consigo lo que denominamos globalmente como revolución digital, que se adapta a todas las edades y se refleja en una profunda transformación de las sociedades y de las relaciones humanas (*Académie Nationale de Médecine, Académie des Sciences et Académie des Technologies*, 2019).

Con la revolución digital nacen las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTIC), mejor conocidas como TIC, y recientemente también denominadas TRIC por UNICEF (Andrade, Guadix, Rial y Suárez, 2021a y 2021b). Si bien el concepto TRIC ha sido actualmente abordado por UNICEF, se viene tratando desde hace algunos años por autores como Gabelas, Marta-Lazo y Aranda (2012).

En principio, estos autores describen las TRIC como ese entorno de prácticas culturales y digitales dentro de las tecnologías, donde principalmente los menores encuentran espacios de conversación, juego, recreación, interacción y construcción; risas y cotilleos; parodias y flirteos. Es por ello que las TRIC no se centran en el soporte tecnológico, sino en el factor relacional que contempla el potencial de las interacciones, tanto en el plano creativo como receptivo de los usuarios, sobre todo dentro del enfoque de la educación para los medios y de la comunicación para la educación (Gabelas, Marta-Lazo y Aranda, 2012).

De ahí que se defiende un discurso y/o modelo basado en el factor R-elacional, que se expone como una de las claves para trascender el modelo instrumental y tradicional que se ha implementado con las TIC en los últimos años. Por ende, Gabelas-Barroso y Marta-Lazo (2020) plantean las TRIC como tecnologías + relación + información + comunicación, posibilitando la inclusión de ese factor R en la investigación, pues en la mayoría de los estudios de las TIC la mirada se pone fundamentalmente en el contenido y sus efectos.

Dentro de este marco, se ha construido un mundo virtual con plataformas digitales que Benhamou define como “des intermédiaires assurant la mise en relation directe entre leurs

utilisateurs. (...) Elles ont une action de classement, de référencement ou de hiérarchisation” (2018, p. 75).

En ese mundo virtual, principalmente a través de las tecnologías digitales, se muestra “nuestra experiencia vital sin que las consecuencias de estas acciones sobre nuestras vidas y en nuestro entorno puedan percibirse de forma consciente y tan inmediata como en el mundo analógico” (Andrade, Guadix, Rial y Suárez, 2021b, p.3). Precisamente, esto explica que UNICEF reconozca la importancia de incluir la “R” de relaciones en el análisis sobre el impacto de las TIC en nuestras vidas y por extensión en la de la población adolescente, teniendo también presente que hoy en día la mayor parte de las acciones de las personas son reflejadas en el mundo virtual (Andrade, Guadix, Rial y Suárez, 2021b).

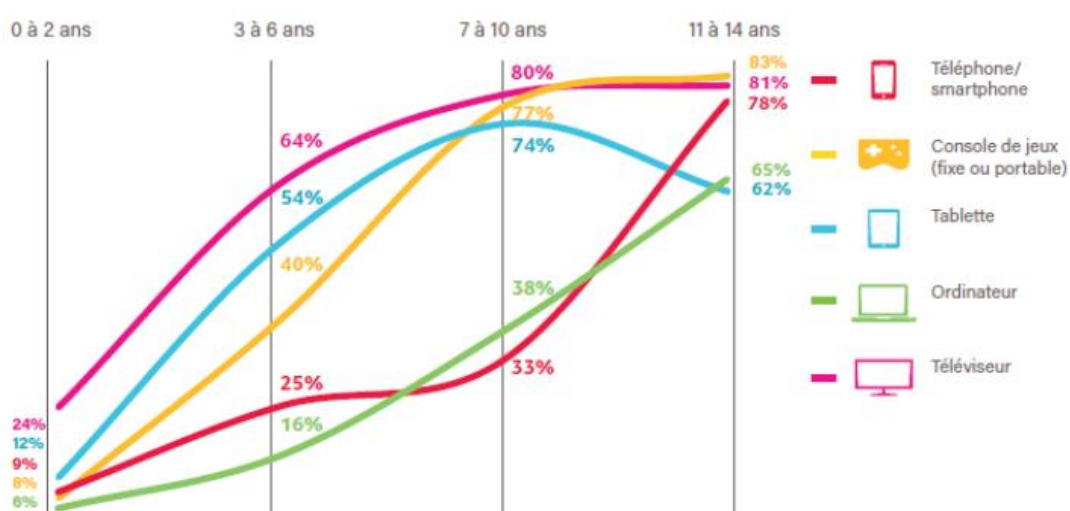
Lo que en un principio proponían las pantallas del cine y luego la televisión, hacía de sus espectadores simples receptores de la información. Sin embargo, actualmente contamos con pantallas de las TRIC, las cuales posicionan a sus espectadores como usuarios activos que pueden interactuar con su entorno tecnológico, procesando informaciones y creando contenidos, y además centran la mirada en las relaciones que se establecen entre los propios usuarios (Gabelas-Barroso y Marta-Lazo, 2020).

Hacemos referencia a pantallas de dispositivos móviles como teléfonos y relojes inteligentes, ordenadores, tabletas, videoconsolas, lentes o gafas de realidad virtual, a través de los cuales el usuario entra en relación con una gran cantidad de contenidos. Esos contenidos son ofrecidos por herramientas digitales como Internet, las redes sociales, los juegos, las aplicaciones informáticas, las simulaciones virtuales, la música, las fotos, los videos y las películas (*Académie Nationale de Médecine, Académie des Sciences et Académie des Technologies*, 2019).

Tanto los dispositivos móviles como las herramientas digitales “están ya muy extendidos entre toda la población y, especialmente, en adolescentes” (Rodrigo-Sanjoaquín et al., 2019, p. 11). La población adolescente, particularmente, suele estar cautivada por algunas características de las nuevas tecnologías. Por ejemplo, estas tecnologías “procurent une satisfaction immédiate, sont facilement accessibles, généralement gratuites ou abordables, et donnent souvent l’impression qu’elles sont privées” (Conseil de l’enfance et de l’adolescence, 2020, p. 64).

Estos son algunos de los rasgos de las nuevas tecnologías que podrían explicar su uso desde edades tempranas. Precisamente, un estudio publicado en el 2020, realizado por *l'Observatoire de la parentalité et de l'éducation numérique et de l'UNAF*<sup>1</sup>, especifica por rango de edades (de 0 a 14 años) los dispositivos de las TRIC utilizados por niños y adolescentes. Aquí se demuestra que en todas las categorías de edades presentadas se entra en relación con dichas tecnologías, sea cual fuere su tipología, y su uso tiene un crecimiento progresivo en correspondencia con la edad de estos menores (Conseil de l'enfance et de l'adolescence, 2020).

**Gráfico 2.** Dispositivos TIC/TRIC utilizados por niños y adolescentes



**Fuente:** Tomado de Conseil de l'enfance et de l'adolescence (2020, p. 9).

Como se puede observar, la población adolescente de hoy ha crecido con las TRIC. De ahí que, por lo general, es calificada en la literatura como *generación digital* y/o *generación internet*. Dentro de este contexto, se ha propiciado una emancipación e individualización de las prácticas mediáticas de los y las adolescentes, formando ese espacio único donde “les adolescents communiquent à titre privé dans un espace conventionnellement public (en utilisant des textos au cinéma, par exemple) et communiquent publiquement dans un espace conventionnellement privé (en accédant à des sites de chat, par exemple, depuis leur chambre)” (Livingstone, 2004, p. 24).

<sup>1</sup> Union Nationale des Associations Familiales.



Las TRIC facilitan la preponderancia de la socialización, la comunicación interpersonal y la autoexpresión de la población adolescente en este caso, así como permite la transmisión horizontal de valores de autenticidad y valores culturales, fundamentalmente. Uno de los dispositivos que cabe destacar en este sentido es el teléfono móvil, puesto que su uso aumenta considerablemente, en un 45%, de las edades de 7-10 años a 11-14 años (ver gráfico 2).

Una de las razones del notable crecimiento del uso que hace la población adolescente del teléfono móvil es, como bien plantea Chartier (2021), la entrada al instituto. Con la llegada de la Educación Secundaria, que suele coincidir con la etapa inicial de la adolescencia, muchas familias consideran que es el momento oportuno para entregar al adolescente un teléfono móvil de uso personal.

Entre los motivos de las familias, según Chartier (2021), se encuentra la seguridad de los menores, quienes comienzan a ir y regresar solos de la escuela y a salir solos con sus pares. Es por ello que la familia se vale del teléfono móvil para mantenerse en contacto y vigilar los pasos de los adolescentes, o bien conocer su ubicación a la salida de la escuela.

En general, los usos de los dispositivos TRIC, reflejados en el gráfico 2, también podrían explicarse, según el *Conseil de l'enfance et de l'adolescence* (2020), por su fácil acceso y disponibilidad en los lugares frecuentados regularmente por niños y adolescentes; es decir, domicilio, escuela, centros recreativos, etc. Si bien en estos espacios los adultos suelen establecer algunos límites y restricciones para la utilización de estas tecnologías, que puede ser desde su uso limitado a una cierta cantidad de horas hasta la prohibición total de su uso en ciertos momentos y/o lugares, los indicadores de utilización tienden a ser elevados y van en aumento.

Esto lo podemos corroborar en la investigación llevada a cabo por UNICEF a nivel nacional en Francia, con niños y adolescentes de 6 a 18 años. Partiendo de los Derechos del Niño, el objetivo es brindar un espacio de expresión a niños y adolescentes para que sean escuchados, poniendo una especial atención en su educación y aprendizaje para favorecer la disminución de desigualdades y garantizar la ayuda y protección que necesitan (UNICEF France, 2021).

El sondeo se realizó entre octubre 2020 y marzo 2021, que, como bien describe UNICEF France (2021), constituye un período devastador para la educación en el mundo entero.

La pandemia COVID-19 tuvo un impacto negativo sobre el sistema educativo mundial, y los estudiantes franceses también han sido afectados.

Durante los meses de confinamiento causados por la pandemia se cerraron los centros de educación y se trasladó el sistema educativo escolar a la casa. No obstante, a menudo se alternaba con la vuelta a la escuela, donde las condiciones eran cambiantes: clases divididas en dos grupos, grupos alternos, distanciamiento social dentro del aula y en los espacios comunes del centro escolar, etc.

Esta situación irregular dentro del sistema educativo, junto a la implementación de la educación a distancia, ha influido notablemente en la utilización de las TRIC por niños y adolescentes, puesto que las condiciones dadas han requerido de su uso sistemático y regular dentro de la vida escolar. De ahí que también se produce el desarrollo y la mejora de las competencias digitales de niños, niñas y adolescentes (Andrade, Guadix, Rial y Suárez, 2021b), así como la inminente modificación del uso de las herramientas digitales (UNICEF France, 2021).

La televisión (TV), a lo que podríamos añadir la televisión digital y/o inteligente, es una de las pantallas que siguen utilizando los más jóvenes, con fines educativos o no, y que puede brindar acceso a las plataformas digitales. Estas plataformas ofrecen una amplia selección de programas para los diferentes gustos y edades, con canales especializados y paquetes multi-entretenimiento (videos, películas, series, documentales, reality show o telerrealidad, dibujos animados, etc.), que podríamos nominar como *el nuevo cine en casa*: Netflix, Amazon Prime, Disney Channel, etc. Eso explica que un 35% de niños y adolescentes hace uso de la televisión (UNICEF France, 2021).

La televisión, al igual que los teléfonos móviles y los ordenadores, es una de las principales pantallas de los videojuegos. En cuanto a los usos de videojuegos, las chicas representan un 11,6% contra un 32,8% de chicos que afirman pasar varias horas al día delante de sus pantallas. De los encuestados, el 37,4% tiene juegos no adaptados a su edad, sobre todo los mayores de 13 años (40,2%) y los chicos (53,5% contra 23,6% de chicas) (UNICEF France, 2021).

Según UNICEF France (2021), la situación familiar también influye en este ámbito, pues el 42,2% de aquellos que viven con un solo adulto asegura tener juegos no adaptados a su edad, a diferencia del 35,3% de los que viven con ambos padres. Siguiendo esta misma

línea, los mayores consumidores de juegos son los que viven con un solo adulto, pues el 25% dice jugar todos los días durante horas, al contrario del 19,2% de aquellos que viven con ambos padres.

Además, la presencia de los padres en el hogar, determinada esencialmente por su situación profesional, favorece el orden y la supervisión de sus hijos. Si ambos padres trabajan, solo el 35,1% de niños y adolescentes considera tener juegos adaptados a su edad, mientras que es el 42% cuando ambos padres están desempleados y el 42,6% cuando uno de los padres no trabaja (UNICEF France, 2021).

Si bien “plus de 93 % des répondants ont confirmé qu’ils aimeraient s’amuser autrement qu’en jouant aux jeux vidéo” (UNICEF France, 2021, p. 43), sigue siendo preocupante que más de un tercio de los niños y adolescentes (44,4%) dedican varias horas al día a los videojuegos.

Respecto a los usos del teléfono móvil, además de servir como dispositivo de acceso para videojuegos, se cuenta con otras herramientas y aplicaciones digitales que privilegian la interacción y la comunicación en línea. Esto explica que sean mayormente los adolescentes de 13 a 18 años (95,8%) quienes poseen un teléfono móvil, aunque también es significativo que más de la mitad de los menores de 13 años (53,3%) cuenta con uno (UNICEF France, 2021). Estos datos muestran la similitud con España, por ejemplo, donde casi el 90% de adolescentes tiene un teléfono móvil (89,8%) (Ballesteros y Picazo, 2018).

En cuanto a la comunicación por mensajería instantánea a través del teléfono móvil, quienes más la utilizan son las chicas (74,9% contra 65,7% de chicos), la población adolescente de 13 a 18 años (78,8% contra 40,2% de menores de 13 años), los niños y adolescentes cuyos padres trabajan (72,6% contra 58,9% cuyos padres no trabajan) y aquellos que viven en pueblos (80,9% contra 71,3% que viven en grandes ciudades) (UNICEF France, 2021).

En el caso de las chicas, el hecho de que estén menos presentes en los espacios públicos, sobre todo en ciertos barrios, hace que el teléfono, como bien plantea UNICEF France (2021), facilite la interacción con sus pares. Por tanto, se constatan “les observations menées dans le cadre d’autres enquêtes spécifiant les effets de la révolution numérique

sur les sociabilités juvéniles. Des jeunes trouvent dans les NTIC des occasions de ne jamais déconnecter d'avec leur communauté juvénile” (UNICEF France, 2021, p. 43).

Como se ha podido comprobar, la población adolescente en Francia hace un uso frecuente de las tecnologías digitales, TRIC. En esto, Francia es parte de su entorno europeo, pues tomando el caso de España, de acuerdo con el estudio llevado a cabo por Ballesteros y Picazo (2018), sus adolescentes utilizan estas tecnologías de manera similar.

En este sentido, varios factores han sido determinantes e influyentes: el tipo de dispositivo móvil, las herramientas digitales, la accesibilidad a los diferentes recursos tecnológicos, así como el interés de la población adolescente por comunicar con sus iguales y/o la necesidad/deber de comunicar con otras personas de su entorno (profesores, familiares, etc.), a partir de la situación familiar y de los cambios sufridos dentro del sistema de educación.

Si bien las TRIC forman parte indudable de la vida de los más jóvenes, constituyendo, de acuerdo con UNICEF France (2021), su cuarta esfera de socialización, después de la familia, la escuela y el grupo de iguales, sus usos también producen ciertos temores y desconfianza en los adultos que no están acostumbrados a este modo de comunicación. No podemos ocultar que existen riesgos para la salud física y mental de los usuarios de las TRIC si no se emplean de forma adecuada.

Por un lado, en el plano físico puede ser tendencia el cansancio y los trastornos del sueño (*Académie Nationale de Médecine, Académie des Sciences et Académie des Technologies*, 2019), así como se pueden desarrollar enfermedades no transmisibles, como el sobrepeso y la obesidad, producto del sedentarismo derivado de las horas de inactividad física frente a las pantallas. Por otro lado, en el plano de salud mental, según algunos autores (*Académie Nationale de Médecine, Académie des Sciences et Académie des Technologies*, 2019; Andrade, Guadix, Rial y Suárez, 2021b; *Conseil de l'enfance et de l'adolescence*, 2020; UNICEF France, 2021) se identifican riesgos como el ciberacoso, la discriminación y exclusión, los problemas de atención, el contacto con extraños, la exposición a contenidos inapropiados o no aptos para su edad (contenidos violentos o sexualmente explícitos, pornografía, etc.).

Ante esta situación se recomienda un mayor seguimiento y acompañamiento por parte de los adultos. Aunque niños y adolescentes dicen estar informados sobre los riesgos del uso

de las TRIC, más de la mitad no son acompañados frente a los peligros (UNICEF France, 2021).

La población adolescente debe ser instruida y acompañada en el uso de las nuevas tecnologías, debido a que forman parte de su vida cotidiana y para ellos “être connecté aux autres, c’est avant tout être dans le monde, y jouer sa partition, autrement dit c’est apprendre à être pleinement soi” (UNICEF France, 2021, p. 46). Además, tanto a nivel social como emocional, permiten hacer amigos y no sentirse solos; suelen experimentar “alegría, diversión, placer, apoyo, comprensión y bienestar emocional, un surtidor de afectos y experiencias en el que priman las emociones positivas y sin el que hoy parecería difícil vivir” (Andrade, Guadix, Rial y Suárez, 2021a, p. 93).

Como bien plantea UNICEF España, muchos han sido los esfuerzos llevados a cabo en el ámbito de la educación y la promoción de la salud. Sin embargo, sigue siendo un desafío el uso saludable y responsable de Internet, las redes sociales digitales y, por extensión, las Tecnologías para la Relación, la Información y la Comunicación, principalmente en el ámbito de la infancia y la adolescencia (Andrade, Guadix, Rial y Suárez, 2021a).

Es por lo que, en nuestra investigación, proponemos una aproximación a estas herramientas digitales, conscientes de la importancia de las relaciones con ellas y a través de ellas, para la promoción de hábitos saludables y su interés para la población adolescente.

## **1.2. Adolescentes y redes sociales digitales**

Las redes sociales digitales (también denominadas redes telemáticas, software social, medios de comunicación social en red) ocupan hoy un lugar importante en la manera de comunicarse y relacionarse de nuestra sociedad, y especialmente de la población adolescente. De acuerdo con Andrade, Guadix, Rial y Suárez, “los contextos de relación online son ya inherentes a los propios de los adolescentes, que interactúan y se relacionan a través de sus distintos perfiles y según sus diferentes motivaciones” (2021b, p. 5).

Es por ello que, como expresión de las denominadas TRIC, las redes sociales representan canales de gran importancia para el intercambio y la comunicación entre usuarios. Estos canales son eficaces en la transmisión y recepción del mensaje y en la retroalimentación,

pues posibilitan una interacción inmediata y una participación activa, siendo estos algunos de sus principales atractivos. El desafío radica en poder ser capaces de integrar estas nuevas tecnologías, de forma coherente y armónica, en el desarrollo personal y social de la población adolescente (Andrade, Guadix, Rial y Suárez, 2021b).

De ahí que nuestra investigación toma las redes sociales digitales como el principal medio de comunicación a emplear, entre adolescentes, para fomentar el deporte como estilo de vida saludable y promover sus valores. Por ello, en este epígrafe abordamos la definición y la historia de las redes sociales digitales, profundizando en sus usos generales y particulares en la adolescencia.

### **1.2.1. Características e impactos de las redes sociales digitales**

Los medios de comunicación social encuentran su expresión más popular en las redes sociales digitales, en tanto forma de interacción virtual que permite la creación de contenidos y el intercambio entre usuarios. Esto lo sostienen Kaplan y Michael: “Social media is a form of virtual interaction whereby users create, share, and exchange user-generated content. Particularly popular examples of social media are online social networks” (2010; en Buechel y Berger, 2016, p. 3).

No obstante, la expresión *social network* aparece por primera vez de forma científica dentro del contexto anglosajón, específicamente citada por el antropólogo y sociólogo John Arundel Barnes<sup>2</sup>. El término *network* es presentado como un campo social (*a social field*) que trasciende las relaciones básicas establecidas con parientes, amigos y/o conocidos, así como los grupos creados de dichas relaciones.

As we well know, cognatic kinship does not of itself give rise to enduring social groups. I have my cousins and sometimes we all act together; but they have their own cousins who are not mine and so on indefinitely. Each individual generates his own set of cognatic kin and in general the set he and his siblings generate is not the same as that generated by anyone else. Each

---

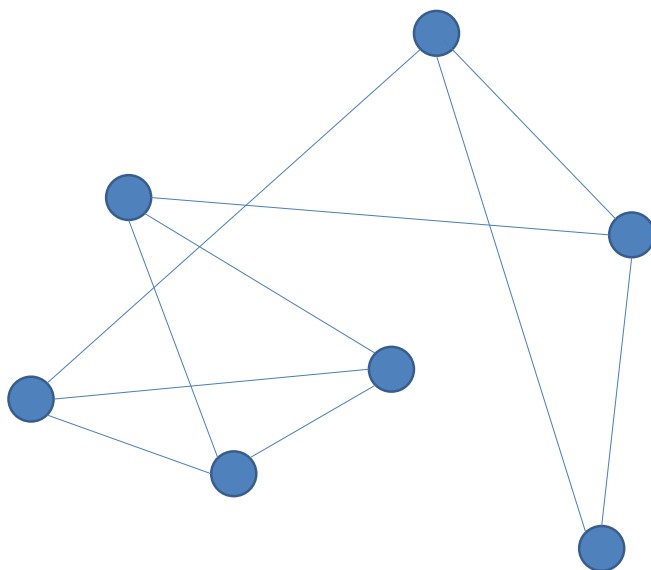
<sup>2</sup> Se refiere al término *network* en su artículo *Class and Commitees in a Norwegian Island Parish*, publicado en la revista *Human Relations*.

person is, as it were, in touch with a number of other people, some of whom are directly in touch with each other and some of whom are not. Similarly each person has a number of friends, and these friends have their own friends; some of any one person's friends know each other, others do not. I find it convenient to talk of a social field of this kind as a *network*. (Barnes, 1954, p. 43)

En su análisis de *social network*, Barnes describe su propia imagen de red social representando a las personas como puntos y a las interacciones como líneas que conectan una persona con otra (ver Figura 1). De esta manera, nos brinda una explicación visual del funcionamiento de las redes sociales, la cual se corresponde con las redes sociales digitales que aparecerán años más tarde.

The image I have is of a set of points some of which are joined by lines. The points of the image are people, or sometimes groups, and the lines indicate which people interact with each other. We can of course think of the whole of social life as generating a network of this kind. For our present purposes, however, I want to consider, roughly speaking, that part of the total network that is left behind when we remove the groupings and chains of interaction which belong strictly to the territorial and industrial systems. (Barnes, 1954, p. 43)

**Figura 1.** Imagen de *network* basada en Barnes



**Fuente:** Diseño propio diseñado a partir de Barnes (1954).

En sus investigaciones, Barnes también menciona los conceptos *conexión* y *conectividad* dentro de las redes sociales digitales, afirmando que pueden ser las propiedades de la distancia entre las personas y/o representar uno o varios caminos entre ellas.

Applied to social networks, the words `connectedness' and `connectivity' may refer to properties of the distance between persons, the number of paths between them, whether there is a path at all, or the proportion of possible paths actually in existence (1969, p. 215).

Precisamente, autores como Berthon, Pitt, Plangger y Shapiro (2012), se refieren a las redes sociales digitales como aquellas innovaciones tecnológicas que, en términos de *hardware* y *software*, permiten la creación de contenido de forma económica, así como la interacción y el intercambio operacional entre los usuarios en Internet.

Siguiendo la idea anterior, algunos autores (Boyd y Ellison, 2007; Leimeister et al., 2006; Otto y Simon, 2008) utilizan el término de plataforma web, online, tecnológica y/o informática para hacer alusión al soporte base de las redes sociales. Esta estructura de intercambio social y/o intercambio de conocimientos (*knowledge sharing*, según Van Baalen et al., 2005) posibilita la conexión directa entre sus miembros a través de la transferencia de datos generados por los diferentes cruces de información. De ahí que



estas comunidades virtuales no solo se caracterizan por la interacción constante entre los sujetos, sino también por la dimensión global de las relaciones y por la velocidad con que se desarrollan (Fuchs, 2008).

Por su parte, Linda Castañeda plantea que las redes sociales digitales son:

...aquellas herramientas telemáticas de comunicación que tienen como base la Web, se organizan alrededor de perfiles personales o profesionales de los usuarios y tienen como objetivo conectar secuencialmente a los propietarios de dichos perfiles a través de categorías, grupos, etiquetados personales, etc., ligados a su propia persona o perfil personal. (2010, p. 18)

Siguiendo la definición de Castañeda (2010), es necesario remarcar la organización de los usuarios en las redes sociales digitales, a través de perfiles personales y perfiles profesionales. Como bien explica esta autora, desde un principio la creación de las redes sociales ha conestado de dos tipologías fundamentales: *redes sociales profesionales* (*Linkedin, Viadeo, Xing*) y *redes sociales generalistas* (*Facebook, Instagram, Hi5, MySpace*). Las redes sociales profesionales facilitan el contacto entre profesionales y especialistas con diferentes perfiles (investigadores, empresarios, periodistas, deportistas, actores, médicos, historiadores, etc.), mientras que las redes generalistas ponen en contacto disímiles perfiles de usuarios para establecer una comunicación más personalizada a partir de diversos intereses.

A propósito de esta clasificación, algunos autores (Celaya, 2008; Durango, 2014; Giraldo, Gómez y Giraldo, 2021; Hütt, 2012) también hablan de *redes sociales especializadas* (*CinemaVIP, Flixster, SkiSpace, Ediciona*). La aparición de este tipo de redes responde principalmente a la necesidad de compartir sobre temas más específicos dentro del espacio virtual, ya sea sobre una actividad económica, política o social; o bien temas de interés como el deporte, la cultura o la recreación. Por lo general, el fórum de estas redes son profesionales y especialistas en el tema, como es el caso de *CinemaVIP* que aglutina profesionales del séptimo arte: directores de cine, productores, actores, guionistas, camarógrafos, técnicos, estilistas, maquillistas, entre otros.

Contemplamos estas tres tipologías (Celaya, 2008; Giraldo, Gómez y Giraldo, 2021; Hütt, 2012) por ser las más globales y las que obtienen mayor número de visitas, de acuerdo con registros oficiales, como también afirma Hütt (2012).

Sin embargo, dada la constante evolución de las redes sociales digitales, probablemente podemos citar otros tipos, pero resulta de interés remarcar la aparición de dinámicas sociales y económicas que se han ido produciendo en este campo. Principalmente, por un lado, tenemos aquellas dinámicas sociales referentes al cambio en las relaciones humanas, cuyas interacciones están mediadas fundamentalmente por las redes sociales digitales, puesto que:

El poblamiento de Internet ha supuesto que la gran mayoría de actividades sociales, económicas, políticas, educativas, de toda índole, que hasta hace poco se desarrollaban únicamente en el mundo físico, ahora encuentren reflejo en Internet o hayan desarrollado fenómenos que sólo existen online. (Romero y Alcaraz, 2011, p. 7)

Mientras que, por otro lado, en el aspecto económico se puede observar la posición dominante de las redes sociales digitales “para explotar aún más los datos económicos en una sociedad impulsada por los datos, creando nuevas oportunidades comerciales basadas en la recopilación y el procesamiento de Big Social Data, inteligencia artificial (AI) y aprendizaje automático (ML)” (Adzic, 2018, p. 65).

*Grosso modo*, hablamos de redes sociales como un medio digital que permite un acceso abierto al intercambio de contenidos de toda índole a través de perfiles de usuarios, los cuales pueden ser de tipo personal, profesional, académico e/o institucional. Una red social, por lo general, facilita la creación, la edición, la publicación y el intercambio de mensajes, cuyos contenidos se expresan mediante textos escritos, imágenes, audios, videos y/o multimedia.

Los motores de búsqueda en internet muestran que entre las redes sociales digitales más utilizadas se encuentran *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, *Twitter*, *Linkedin*, *Snapchat*, *Pinterest* y, la más reciente, *TikTok*. Estas herramientas permiten el libre acceso y la inscripción de forma gratuita, aunque existen otras de acceso restringido o por invitación, o requieren de pago para el uso de algunas prestaciones.

La socialización comienza una vez dentro de la plataforma, con la opción de búsqueda de contactos, que posibilita la introducción de códigos referentes al nombre y apellidos, edad, nacionalidad, profesión, estudios cursados y/o en curso, ocupación, país y/o ciudad de residencia, entre otros datos. El siguiente paso es establecer la conexión con la persona,

ya sea de manera bilateral (intercambio de contenidos) y/o unilateral (visualización y seguimiento del perfil). La interacción entre dos o más perfiles de usuarios dependerá de los intereses personales de cada una de las partes.

Uno de los elementos más relevantes dentro de las redes sociales digitales es la interacción que se logra en tiempo casi real, logrando una comunicación entre usuarios apoyada en recursos visuales y auditivos, que simulan una conversación cara a cara, pero a través de un soporte tecnológico. En este espacio digital, se comparten informaciones personales (biografía, intereses, pensamientos, actividades, experiencias) y contenidos de diversas temáticas (viajes, ocio y recreación, moda y belleza, arte, naturaleza, deporte, alimentación, economía) mediante textos escritos, imágenes, audios, videos y/o multimedia.

En la década del 90, las redes sociales encuentran sus orígenes en los denominados *dating sites*, sitios de contactos personales en red. Cada usuario tenía la posibilidad de crear su propio perfil y establecer contacto con otros usuarios (Castañeda, 2010). A continuación, algunos ejemplos de redes sociales pioneras:

**Tabla 2.** Cronología de las redes sociales pioneras

Año	Nombre	Objetivos
1995	Classmates	Iniciar y/o mantener contacto online con antiguos compañeros de clases.
1996	Mi gente	Contactar con miembros de la comunidad hispana.
1997	SixDegrees	Establecer amistad con otros perfiles de usuarios a través del envío de mensajes.
1997	Asian Avenue	Contactar con miembros de la comunidad asiática.
1999	Blackplanet	Contactar con miembros de la comunidad afroamericana.
1999	LiveJournal	Seguir en contacto con antiguos compañeros de la enseñanza secundaria y conocer sus actividades.

**Fuente:** Elaboración personal a partir de Castañeda (2010).

En un principio, las redes sociales digitales se establecían entre grupos de conocidos y/o con características e intereses similares. Hoy día, la tendencia de usos de las redes sociales

ha sobrepasado límites y fronteras, no solo por su uso generalizado dentro de una población completamente heterogénea, con variedad de edades, nacionalidades, estado civil, profesiones, ocupaciones, estilos de vida, etcétera; sino también por las conexiones que se crean entre sus miembros, personas con diferentes características, que pueden conocerse o no, que no necesariamente comparten el mismo espacio físico, pero que suelen tener un contacto o interés en común.

El uso masivo de las redes sociales se inicia en el 2003 con la plataforma digital *Friendster*, que en ese momento se volvió “un fenómeno tecnológica y económicamente fiable y socialmente influyente (justo un año después de su creación, tenía más de tres millones de usuarios registrados)” (Castañeda, 2010, p. 47). Con esta red social se comienzan a establecer relaciones a varios niveles, pues su estructura posibilitaba la búsqueda de amigos y amigos de amigos, y la plataforma era personalizada y configurada a partir de intereses individuales y colectivos.

Entonces, se aprovecha el contexto para evaluar el potencial de las redes sociales en la formación y el desarrollo profesional. Para ello, se crean plataformas especializadas o profesionales, como *Linkedin* (2003) y *Xing* (2006), que, si bien actualmente no son las más utilizadas, siguen siendo populares dentro del ámbito profesional.

Las plataformas virtuales continuaron su evolución. Algunas brindaban la creación de perfiles que incluían la asociación de distintas aplicaciones digitales, otras ofrecían espacios lúdicos y de ocio para el intercambio y la comunicación entre usuarios. Como ejemplos tenemos *Hi5* y *MySpace*, esta última llegó a ser, según Raya (2019), la web más popular de Internet.

En España la red Tuenti también tuvo cierto éxito entre la población juvenil, aunque acabó diluyéndose en las grandes redes sociales generalistas actuales. En lo que concierne a Francia, resulta interesante la evolución de la red social *Skyrock*. En principio se limitaba a las funciones de una emisora de radio francesa, seguida fundamentalmente por jóvenes. Actualmente, en tanto red social, *Skyrock* conecta a miles de usuarios, mayormente jóvenes, que intercambian a través de un chat y/o blog personal, donde pueden compartir música, videos, imágenes y textos escritos. Aunque es necesario aclarar que la mayoría de los jóvenes franceses son también seguidores de otras redes sociales más populares a nivel internacional.

En esta línea, contamos con redes sociales que desde un principio hicieron aportaciones de interés para el gran público. Su popularidad (traducida en millones de suscriptores) ha trascendido hasta nuestros días y traspasado fronteras geográficas y culturales, pues si partimos de sus orígenes podemos constatar su alcance (en usuarios de casi todo el mundo), sobre todo entre los más jóvenes. Hablamos de redes sociales como *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, *TikTok*, *Snapchat* y *Twitter*, las cuales presentamos a partir del siguiente resumen cronológico:

**Tabla 3.** Resumen cronológico de algunas redes sociales

Nombre	Año	Características
<i>Facebook</i>	2004	Red estadounidense creada para alumnos de la Universidad de Harvard, que posteriormente abarca otras redes educativas y profesionales, y en el 2006 se abre a todos los usuarios. Permite publicar, comentar y compartir textos escritos, imágenes, música y videos; así como transmitir en vivo.
<i>YouTube</i>	2005	Red estadounidense que posibilita a los usuarios publicar, comentar, compartir, buscar y descargar todo tipo de audiovisuales, respetando los derechos de autor.
<i>Twitter</i>	2006	Red estadounidense de microblogging que inicia como un proyecto de investigación y desarrollo dentro de Obvious, LLC, un pequeño start-up de San Francisco. Actualmente tiene un acceso abierto y admite publicaciones de textos escritos, imágenes y videos, así como comentar y compartir los contenidos.
<i>Instagram</i>	2010	Red estadounidense diseñada principalmente para celulares, pensada en un inicio para iPhone y iPad, pero hoy se adapta a todos los formatos. Se destaca por la publicación de imágenes y videos personalizados con una variedad de propuestas creativas (efectos boomerang, transmisión en vivo, marcos, filtros, tipografías, colores, música, entre otros).
<i>Snapchat</i>	2011	Red estadounidense de mensajería instantánea, que utiliza soporte multimedia de imágenes y videos con filtros y efectos especiales. Su mensajería es efímera, por lo que sus contenidos son accesibles solo durante 24 horas en la historia o por un tiempo determinado por el usuario en sus mensajes privados.
<i>TikTok</i>	2016	Red asiática creada fundamentalmente para compartir pequeños clips musicales. Su nombre original en chino es Douyin, que traducido es “sacudir la música”. Se comparten todo tipo de contenidos de entretenimiento (siendo populares las coreografías, los memes y las bromas), que pueden modificarse a partir de una gran variedad de filtros y efectos visuales atractivos. Los videos pueden ser descargados por otros usuarios según la configuración de cada perfil.

**Fuente:** Elaboración personal.

El denominador común entre las redes sociales mencionadas anteriormente es el libre acceso de los usuarios, quienes de manera gratuita gestionan los contenidos en sus perfiles desde cualquier dispositivo conectado a internet. En el caso de la población adolescente, nuestro objeto de estudio, lo que más interesa es poder compartir imágenes y videos (en su mayoría personales, haciendo uso de *selfie*, dígame autofoto o autorretrato), y comunicarse con su red de amigos en tiempo real.

No obstante, según el *Règlement Général sur la Protection des Données* (RGPD), vigente en Francia, hay especificidades para consentir el acceso de los menores de edad a la sociedad de la información y la comunicación, lo que incluye las redes sociales, los boletines de noticias y otras plataformas dentro de Internet.

...le traitement des données à caractère personnel relatives à un enfant est licite lorsque l'enfant est âgé d'au moins 16 ans. Lorsque l'enfant est âgé de moins de 16 ans, ce traitement n'est licite que si, et dans la mesure où, le consentement est donné ou autorisé par le titulaire de la responsabilité parentale à l'égard de l'enfant. (Artículo 8)

Entonces, para el acceso a las plataformas digitales, los menores de 16 años deben tener una autorización de su tutor legal. Entre dichas edades, se encuentra el rango etario que interesa a nuestra investigación (de 11 años a 15 años) y, a pesar de las restricciones y las condicionantes, estos adolescentes también están presentes en las redes sociales digitales.

Razón por la cual, es importante que los padres, madres y/o tutores se familiaricen con los programas y aplicaciones existentes para supervisar y controlar el uso de las redes sociales digitales que hacen los menores. En este sentido, se puede hacer uso de las medidas de control parental, disponibles en aplicaciones y en redes sociales como *TikTok* o bien *Instagram*, que permiten regular el tiempo de exposición en la red y restringir una cuenta y/o el acceso a contenidos inapropiados y/o no deseados.

### **1.2.2. Usos generales de las redes sociales digitales**

El número de usuarios activos en las diferentes redes sociales es cada vez más significativo en Europa en general, y en Francia en particular, siendo notable la popularidad que ha alcanzado este ciberespacio. Hoy en día las redes sociales digitales forman parte de nuestras vidas, pues ocupan un lugar significativo de nuestro tiempo e influyen en la manera de comunicarnos y de establecer relaciones.

De ahí que los usos de las redes sociales, por lo general, son consecuencia de la necesidad de socializar que caracteriza al ser humano, como bien afirman Hoffman y Novak (2012) y Wilson et al. (2012) (en Buechel y Berger, 2016).

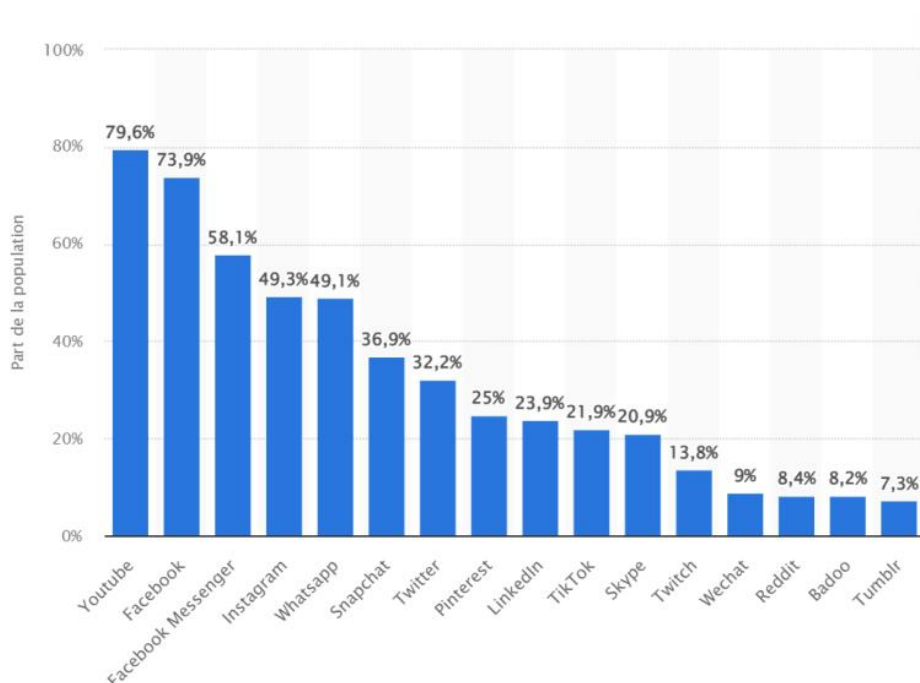
En este sentido, las redes sociales digitales permiten establecer relaciones virtuales que sobrepasan los límites de las fronteras, los diferentes husos horarios y/o la distancia física.

En ocasiones, incluso, se llegan a priorizar las relaciones virtuales antes que las presenciales, o cara a cara.

Como apunta Salvetti Llombart (2021), el consumo de dispositivos y contenidos online ha aumentado considerablemente, siendo tolerado desde la excepcionalidad por el contexto sanitario. Por ende, este escenario ha incentivado notablemente el uso de plataformas digitales de comunicación, fundamentalmente las redes sociales, que han marcado su relevancia en las relaciones personales, sociales y profesionales de hoy. De ahí que “en gran parte como consecuencia de la pandemia, las rutinas del día a día ya habitan en el mundo digital. Ya no es una tendencia, es una realidad” (Salvetti Llombart, 2021, p. 34).

A continuación, se comparte una clasificación de las redes sociales y la mensajería instantánea más utilizadas por los internautas en Francia en 2020, y como dato relevante vemos que casi uno de cada dos internautas franceses utiliza *Instagram* (Statista Research Department, 2022), red social de interés para nuestro estudio.

### **Gráfico 3. Índice de usuarios de redes sociales y mensajería instantánea en Francia**



**Fuente:** Tomado de Statista Research Department (2022).

El uso de estas plataformas digitales comprende principalmente las edades de adolescente hasta adulto de la tercera edad, pues han sido los encuestados según dichas estadísticas.



Además, en el período señalado ha habido una necesidad mayor de comunicar a través de estas herramientas digitales debido al aislamiento y confinamiento social, esto podría explicar también la inserción de la tercera edad. Entonces, se ha producido otro momento de auge de la sociedad digital a nivel mundial, donde adolescentes y jóvenes alcanzan mayor protagonismo.

Los estudios que están apareciendo tras la disrupción a todos los niveles de la COVID 19, como por ejemplo, el estudio que ha desarrollado Salvetti Llombart (2021) para la Fundación MAPFRE, están mostrando fuertes cambios en el uso de dispositivos digitales, internet y redes sociales, siendo los adolescentes y jóvenes uno de los colectivos más perjudicados.

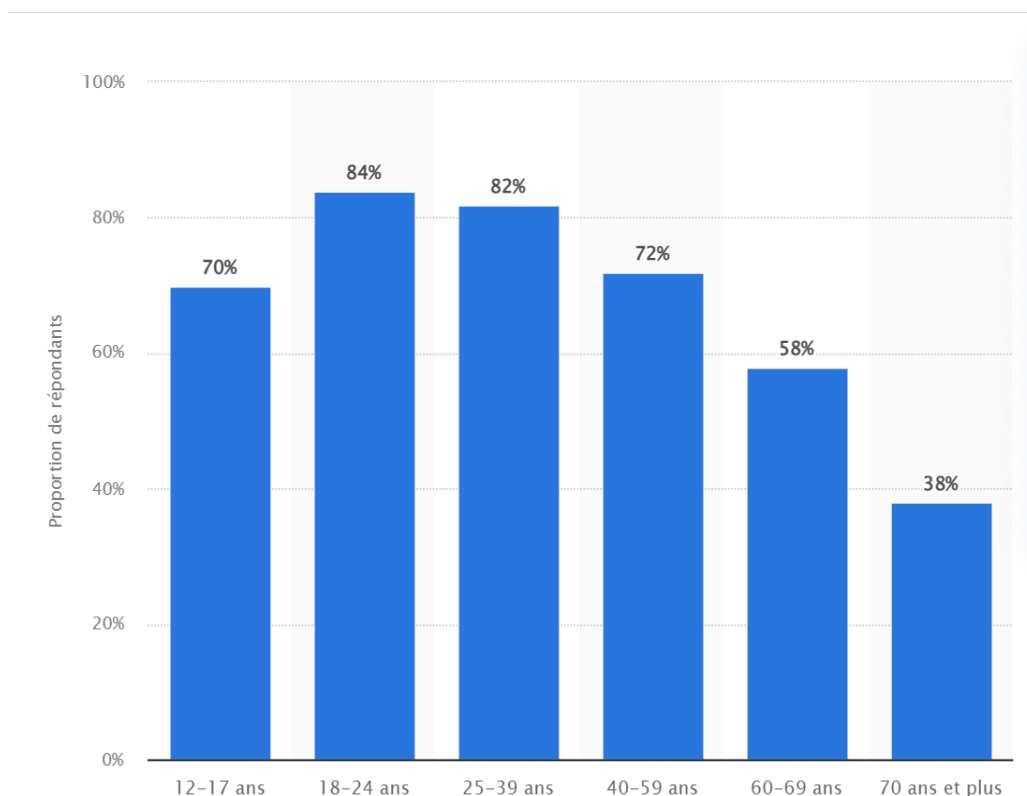
De ahí que dicho estudio español sobre nuevos hábitos digitales catalogue como imprescindible y necesario la promoción y el fomento de la buena salud digital. Para ello, propone una formación preventiva dirigida fundamentalmente a niños y adolescentes, con el objetivo de ampliar sus conocimientos sobre los medios digitales, poseer información acerca de los peligros que pueden tener los dispositivos para su salud física y psicológica, así como hacer un uso correcto de las herramientas digitales para poder mejorar su calidad de vida (Salvetti Llombart, 2021).

### **1.2.3. Adolescentes en las redes sociales digitales**

Como bien señala el *Conseil de l'enfance et de l'adolescence* (2020), en la literatura científica se centra la atención en el uso de las redes sociales digitales por parte de la población adolescente. Debido a su importancia para nuestra investigación, en este epígrafe abordaremos este tema particularmente en los adolescentes franceses.

En el siguiente gráfico, tomado de *Statista Research Department* (2022), se representa la proporción de usuarios de redes sociales en la población francesa, por edad, en 2020. De manera que podemos constatar que estar registrado en una red social se ha vuelto algo bastante generalizado y normalizado en nuestra sociedad, y un factor relevante para tener una presencia social (Malik, Dhir y Nieminen, 2015), fenómeno remarcado entre los más jóvenes.

**Gráfico 4.** Índice de usuarios de redes sociales en Francia por edades



**Fuente:** Tomado de Statista Research Department (2022).

Las herramientas tecnológicas que brindan las redes sociales digitales suelen ser atractivas y de fácil uso para la población adolescente. Es por ello que tener un perfil en una de las redes sociales mencionadas en el apartado anterior, o en alguna otra, es relativamente sencillo si se tiene un dispositivo tecnológico, móvil o no, con acceso a Internet.

Según Chartier (2021), los chicos y las chicas en Francia no esperan a tener 13 años para utilizar las redes sociales. La mitad de ellos están activos en redes sociales desde los 11 años (Asselin, 2021 y Chartier, 2021), lo cual podría relacionarse con el planteamiento de Chartier (2021), el cual señala que una parte de las familias francesas entregan un teléfono móvil a sus hijos en esta edad, como justificación de su entrada al instituto.

Además, se puede decir que el teléfono móvil es uno de los dispositivos más empleados por la población adolescente para acceder a las redes sociales digitales. El 64% de adolescentes de 11 a 13 años se conecta a estas plataformas desde el teléfono móvil, el 26% desde el ordenador y el 7% desde la tableta (Chartier, 2021).

De acuerdo con las estadísticas de UNICEF France (2021), quienes más utilizan las redes sociales digitales son las chicas (66,1% contra 60,2% de chicos), la población adolescente de 13 a 18 años (93,3% contra 49% de menores de 13 años), y los niños y adolescentes que viven en pueblos (73,6% contra 64,7% que viven en grandes ciudades). A partir de estos datos, observamos que los indicadores de uso de las redes sociales en las diferentes categorías suelen ser elevados, incluso entre los menores de 13 años, llegando a conectarse casi el 50% aun cuando para ellos el acceso a estas plataformas está prohibido.

El uso de las redes sociales en la adolescencia responde, mayormente, a la necesidad de satisfacer la aspiración intrínseca relacional que ayuda al desarrollo de la personalidad y a la autorregulación del comportamiento, como se explica en la Teoría de la Autodeterminación (Ryan y Deci, 2000). Algunos autores (Frohlich et al., 2002; Goh et al., 2009; Malik, Dhir y Nieminen, 2015; Oeldorf-Hirsch y Sundar, 2010; Pering et al., 2006; Van House et al., 2005) también hablan de la utilidad de las redes sociales digitales, aunque solo apuntan a la acción *sharing photos*<sup>3</sup>, para satisfacer las necesidades de interacción social, como la autoexpresión, la auto-presentación, la comunicación, y el mantener y alimentar las relaciones sociales.

De esta manera, también se va definiendo la identidad del adolescente, quien tras la creación de su propio perfil se caracteriza e identifica como persona dentro de la red social. Para registrarse y completar el perfil dentro de dicha plataforma, se suelen pedir las siguientes informaciones: nombre completo, nombre de usuario, número de teléfono móvil y/o correo electrónico, contraseña, fecha de nacimiento, sexo. Posteriormente, se puede completar y personalizar el perfil subiendo fotos y videos personales, eligiendo temas de interés, siguiendo perfiles de líderes de opinión, inscribiéndose en grupos de referencia, participando en foros y/o eventos, etc.

Sin embargo, muchos de los usuarios registrados en las redes sociales reflejan lo que les gustaría ser y no lo que realmente son, sobre todo los más jóvenes. Tal vez es una forma que encuentra el adolescente para tener mayor seguridad y confianza en sí mismo, cuando se observa en medio de la etapa de formación de su propia identidad, donde por lo general no ha llegado a ser lo que le gustaría. Podría decirse que su perfil es su carta de

---

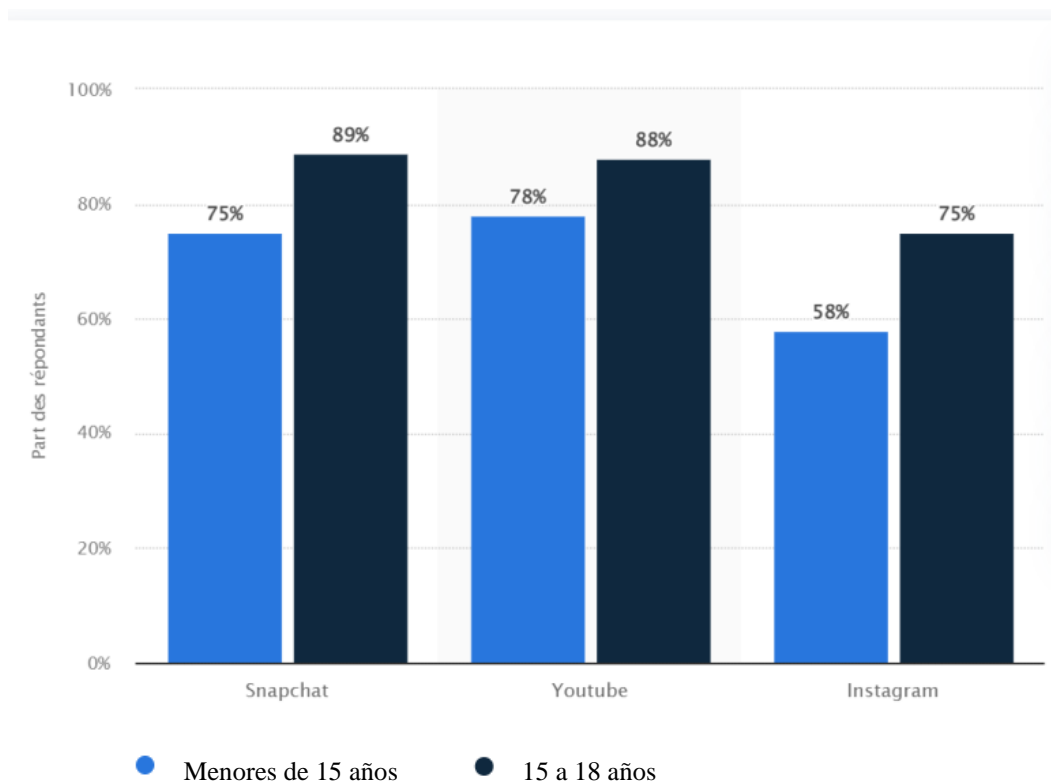
<sup>3</sup> Compartir fotos.

presentación ante su red de contactos y esto puede repercutir en su socialización e interacción con los demás, ya sea de manera virtual o no (Almansa, Fonseca y Castillo, 2013).

La población adolescente se adapta de forma rápida al constante cambio y evolución de las redes sociales digitales. En cuanto a las redes sociales frecuentadas, podemos citar *YouTube*, *Snapchat*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* (Bayer et al., 2016; Carrillo Pascual, 2015; Linne, 2014; Moeller, Powers y Roberts, 2012; Punyanunt-Carter et al., 2017; UNICEF France, 2021 ; Villanti et al., 2017); y la red social emergente *TikTok*, la cual ha captado el interés de muchos académicos, sobre todo por su impacto e influencia durante la COVID-19 (Ballesteros, 2020; Becerra-Chauca y Taype-Rondan, 2020; García y Majuelos, 2020; Vintimilla-León y Torres-Toukoumidis, 2021), desfilando entre las redes sociales digitales más populares para los adolescentes (Hernández, 2021; Olivares-García y Méndez, 2020; Vintimilla-León y Torres-Toukoumidis, 2021).

No obstante, según Statista Research Department (2022), las redes sociales más utilizadas por la población adolescente francesa de 11 a 18 años, en 2021, son *Snapchat*, *YouTube* e *Instagram* (ver gráfico 5). En general, *YouTube* es la plataforma social más solicitada por los menores de 15 años, mientras que para los encuestados de 15 a 18 años es *Snapchat*, aunque con muy poca diferencia respecto a *YouTube*. Si bien *Instagram* es el tercero de la lista, los índices de uso también son elevados.

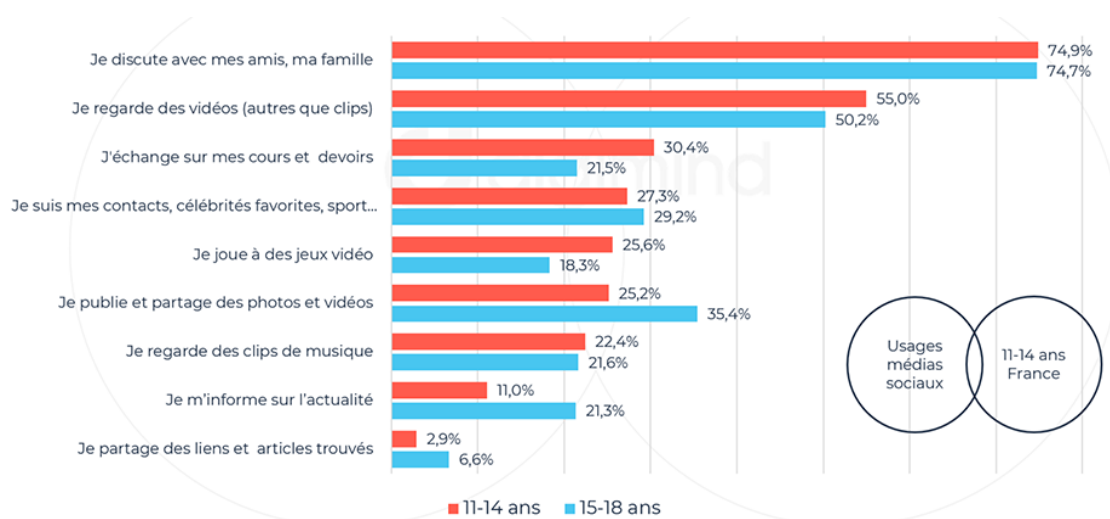
**Gráfico 5.** Índice de redes sociales más utilizadas por adolescentes en Francia (2021)



**Fuente:** Tomado de *Statista Research Department* (2022).

Los usos de las redes sociales digitales que hace la población adolescente de 11 a 18 años se presentan a partir del gráfico 6 que propone Asselin (2021). En primer lugar, tenemos las conversaciones con familiares y amigos; en segundo lugar, se destaca la visualización de vídeos; y, en tercer lugar, sigue el hecho de publicar y compartir fotos y vídeos. De acuerdo con *Statista Research Department* (2022), estos son los principales usos que se mantienen del año 2020 al año 2022, si bien suelen crecer en términos porcentuales (ver gráfico 7).

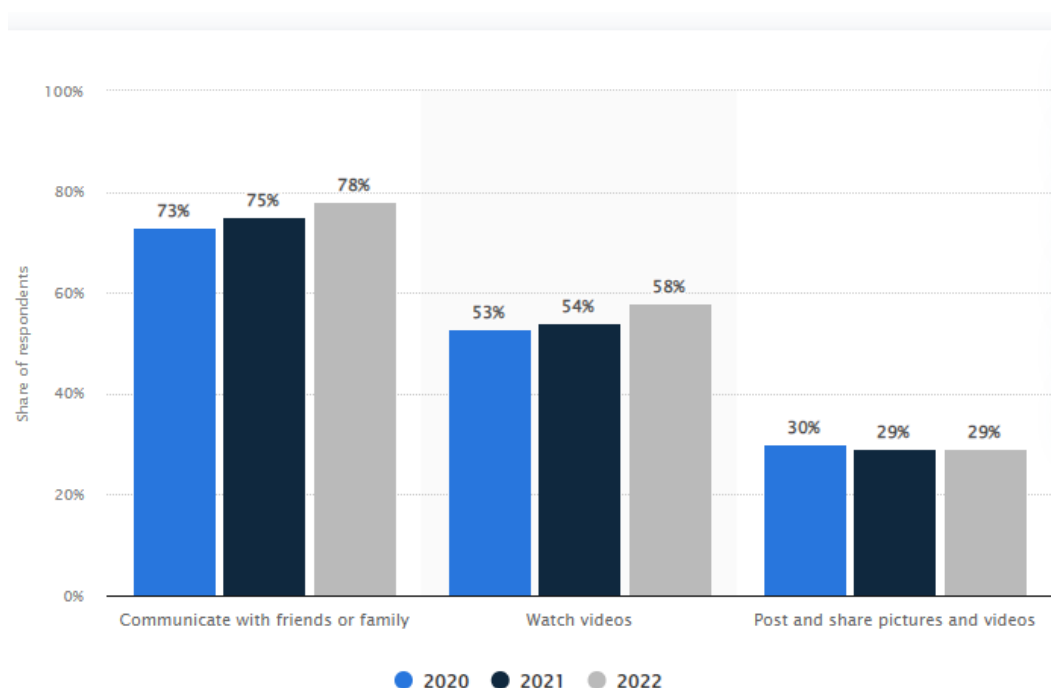
**Gráfico 6. Usos de redes sociales por adolescentes en Francia**



**Fuente:** *Génération numérique- Enquête 2020-2021*. Tomado de Asselin (2021).

Además, como dato curioso, en el gráfico anterior se muestra que aproximadamente la mitad de los adolescentes utilizan las redes sociales digitales para intercambiar información sobre contenidos y tareas escolares.

**Gráfico 7. Principales usos de redes sociales por adolescentes en Francia (2020-2022)**



**Fuente:** Tomado de *Statista Research Department (2022)*.

La población adolescente, en sus actividades más comunes y cotidianas, busca la comunicación y el intercambio con los demás, el reconocimiento social, la aprobación pública, la atención del otro y/o pública, y las recompensas sociales a partir de los

comentarios y/o de las diferentes opciones de reacción (*me gusta, me encanta, me sorprende, me hace reír, me entristece, me molesta*, entre otras). Estas gratificaciones también las buscan cuando comparten imágenes en línea, de acuerdo con algunos autores (Ames y Naaman, 2007; Frohlich et al., 2002; Malik, Dhir y Nieminen, 2015; Malinen, 2011; Nov, Naaman y Ye, 2010).

Compartir imágenes ciertamente es una de las actividades más frecuentes realizadas por el adolescente para interactuar con su entorno, a través de las redes sociales digitales. Asimismo, podemos mencionar otras actividades como subir y/o descargar fotos y videos, etiquetar imágenes, narrar experiencias, comentar publicaciones propias o de otros, enviar mensajes, y hablar/ chatear con amigos y otros contactos mediante mensajes de texto y/o de audio, participar en grupos de discusión y/o fóruns, y realizar videollamadas con amigos o familiares (Asselin, 2021; Bernal-Bravo y Angulo-Rasco, 2013; Chartier, 2021; Fernández-Montalvo, Peñalva e Irazabal, 2015; Gómez-Franco-e-Silva y Sendín Gutiérrez, 2014).

Otro uso que los adolescentes suelen dar a las redes sociales es como agendas interactivas con contactos, las cuales facilitan la gestión de eventos y/o encuentros que pueden ser comentados antes, durante y después de ser efectuados (Linne, 2014). Dentro de sus dinámicas de interacción, existe la tendencia a compartir publicaciones de corte estético que representen su identidad, aunque no siempre son fieles a la realidad.

Además, cuando un adolescente publica y/o actualiza la imagen social presentada al resto de usuarios, también observa el nivel de aceptación y el impacto causado para generar opiniones, emociones, sentimientos, afectos, etc., dentro de su entorno virtual (Bernal-Bravo y Angulo-Rasco, 2013; García-Jiménez, López-de-Ayala y García, 2013; Linne, 2014). Al compartir una experiencia, le interesa conocer las opiniones de los demás y espera ser valorado y aceptado de manera positiva. En esta etapa de su vida la prioridad es encontrar un lugar en el grupo social de referencia (Bernal-Bravo y Angulo-Rasco, 2013).

De ahí la preferencia de la población adolescente por hablar con sus amigos, revisar, reaccionar y/o comentar las publicaciones de estos, subir y/o compartir videos o fotos con sus coetáneos, lo cual hace que los adolescentes sean generadores de contenido en las redes sociales (García-Jiménez et al., 2013). Al respecto, notamos el cuidado que prestan los adolescentes a los contenidos que publican en sus perfiles, al punto de eliminar

aquellos contenidos que no generan interés dentro de su entorno, como también plantea Almansa et al. (2013).

Como se ha podido observar, las redes sociales digitales son utilizadas por la población adolescente fundamentalmente para socializar, buscando interactuar entre iguales y construir su propio ser social. Razón por la cual, nuestro estudio pretende emplear dicha plataforma virtual para promover valores de adolescentes a adolescentes, fomentando a la vez el deporte como un hábito de vida saludable, lo que supone la implementación de un enfoque participativo de la comunicación.

### **1.2.3.1. Navegando en *Instagram***

*Instagram* es una de las redes sociales más populares del mundo registrando aproximadamente mil millones de usuarios activos cada mes, según *Statista Research Department* (2022). Si bien la población adolescente de 13 a 17 años solo representa el 8,9% de los usuarios de *Instagram* a nivel mundial (*Statista Research Department*, 2022), esta red digital sigue siendo una de las más utilizadas por ellos. De ahí su pertinencia para nuestra investigación.

La red social *Instagram* fue creada en el año 2010, en Estados Unidos, por los programadores Kevin Systrom y Mike Krieger. Tiene sus orígenes en la aplicación de geolocalización y *check-in* llamada Burbn, la cual permitía compartir fotos geolocalizadas, es decir, de los lugares visitados por los usuarios.

Según Gil (2022), las fotos compartidas era lo que más interesaba a los usuarios de manera general. De ahí que pasa a ser *Instagram*, un proyecto de fotografía para móvil enfocado en la publicación y edición de imágenes, y su nombre proviene de la unión entre instantánea y telegrama.

En principio, *Instagram* solo se lanza para dispositivos con sistema operativo Apple, pero en menos de dos años también se hace accesible para el sistema Android, incrementándose considerablemente la cantidad de usuarios (Gil, 2022). Esto resulta de interés para Mark Zuckerberg, el fundador de Facebook, otra de las redes sociales con más usuarios conectados, quien compra *Instagram* y la incorpora a su proyecto Meta, con el cual se pretende la creación del metaverso, “another way of saying virtual reality (VR), or digital virtual worlds” (López-Díez, 2021, p. 301).



La materialización de este proyecto puede ser determinante no solo para el futuro de las relaciones humanas, sino también para el desarrollo de las TRIC, especialmente de las redes sociales digitales y con ello su forma de uso. Esto explica, en cierto modo, el proceso de cambios que ha atravesado *Instagram* desde su incorporación a Meta, al cual también se refiere Gil (2022).

A partir de esos cambios, hoy podemos hablar de dos tipos de perfil en *Instagram*: personal y profesional. El perfil personal puede ser público o privado y se usa principalmente para interactuar con otros usuarios (seguidos y seguidores), mientras que el perfil profesional es solo público y permite obtener datos y analíticas sobre las publicaciones y crear anuncios y campañas publicitarias. Para ello, este segundo perfil propone una cuenta de empresa dirigida a negocios, a cuyos productos y/o servicios se puede tener acceso; así como una cuenta para creadores de contenido e *influencers*.

Tras la creación de un perfil en *Instagram*, el usuario puede acceder de manera gratuita a la plataforma digital a través de diferentes dispositivos móviles, como el teléfono móvil, la tableta, el ordenador, entre otros. Si bien son el teléfono y la tableta los que permiten tener acceso a todas las funcionalidades de la aplicación.

Entre sus funcionalidades principales se encuentra el acceso a contenidos visuales o audiovisuales, que pueden ser compartidos, comentados, archivados, descargados y/o bloqueados. Los contenidos suelen ser editados y/o pasados por un sistema de filtros que propone esta plataforma digital, proceso que se ejecuta generalmente antes de la publicación de un contenido.

La publicación en redes sociales se puede realizar de varias maneras, al igual que en *Instagram*, que en su caso ofrece cuatro opciones básicas. Primero, tenemos la publicación clásica (o *post*) de foto o vídeo que se puede subir a *Instagram* y pasa a formar parte de los contenidos del perfil. Segundo, la historia (o *story*), que está constituida por fotos y vídeos que se pueden acompañar con textos, etiquetas, encuestas, imágenes animadas, música, entre otros; y estos contenidos son efímeros, por lo que estarán publicados solo 24 horas. Tercero, el *reel* que, aunque se parece a la historia, no es lo mismo, pues los contenidos permanecen publicados en la plataforma y está enfocado en las interacciones, ya que permite hacer vídeos a pantalla compartida con otro y grabar a trozos, pausando y siguiendo después. Cuarto, y último, son los directos (o *live*), que

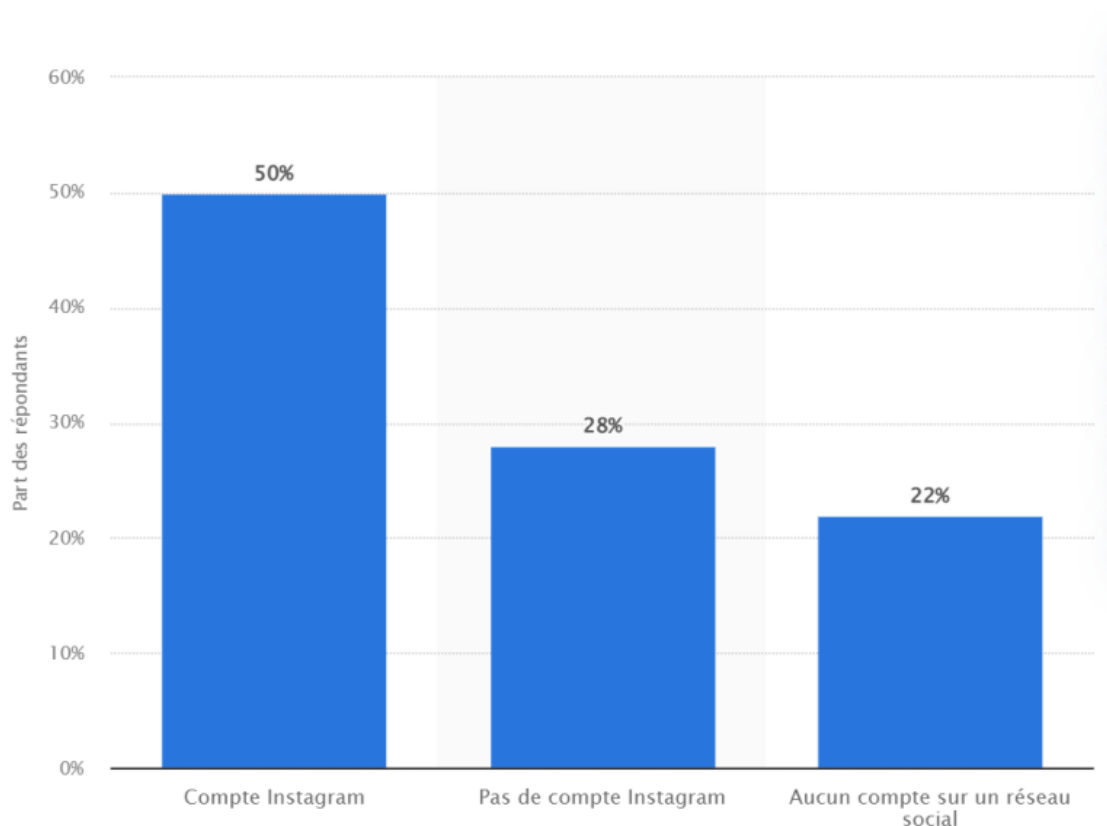
brindan la posibilidad de hacer emisiones en directo con acceso público o privado, donde los participantes pueden reaccionar e interactuar.

Otra de sus funcionalidades relevantes, aunque no exclusiva, que hace de *Instagram* una red social estratégica, es que propone la opción de compartir las publicaciones en otras redes y/o enviarlas directamente a los contactos. Esto facilita la interacción entre los usuarios a partir del intercambio de contenidos propios y/o de otros usuarios.

Los elementos aportados hasta el momento muestran el dinamismo de *Instagram* como red social y pueden justificar el interés de la población adolescente en esta herramienta de comunicación.

A partir de *Statista Research Department* (2022), hemos podido conocer la presencia de adolescentes franceses, de 12 a 17 años, en *Instagram* (ver gráfico 8). Si bien estas estadísticas datan de 2018, son las más recientes respecto a la población adolescente en Francia con una cuenta en *Instagram* y cuyo rango etario corresponde con nuestro estudio.

**Gráfico 8.** Presencia en *Instagram* de adolescentes franceses



**Fuente:** Tomado de *Statista Research Department* (2022).

Como se observa en el gráfico anterior, uno de cada dos adolescentes posee una cuenta o perfil en *Instagram*. En cuanto al resto, es decir la otra mitad, el 28% no tiene cuenta en esta red social y el 22% en ninguna red social. Si tomamos en consideración solo aquellos adolescentes con alguna cuenta en redes sociales, hablamos de un 78%, y del total de adolescentes el 50% está en *Instagram*. Esto confirma dicha red social como una de las más utilizadas por adolescentes en Francia, lo cual también ocurre en España según el reciente estudio de Ballesteros y Picazo (2018).

Dentro de *Instagram* también se puede observar la influencia de los compañeros adolescentes, como demuestra el estudio de Sherman et al. (2016). Según dicho autor, *Instagram* es una popular herramienta social y tras una simulación de la misma como parte de su estudio, a partir de un nuevo paradigma de resonancia magnética, se han medido las respuestas conductuales y neuronales que hacen los adolescentes a los “Me gusta”, representando una forma cuantificable de apoyo social y una fuente potencial de influencia de los compañeros.

La población adolescente prefiere las fotos con muchos “Me gusta” ante las fotos con pocos “Me gusta”. Esto se demuestra con la visualización de fotos con muchos “Me gusta”, puesto que, comparada con la de pocos, provoca una mayor actividad en las áreas del cerebro implicadas en el procesamiento de la recompensa, la cognición social, la imitación y la atención. Este hallazgo evidencia la influencia que tiene para un/una adolescente el respaldo virtual de sus pares (Sherman et al., 2016).

Definitivamente, *Instagram* posibilita que se compartan contenidos y que se pueda interactuar a través de estos, favoreciendo el protagonismo de sus usuarios, especialmente de la población adolescente, que busca el intercambio con sus iguales dentro de este espacio. Entonces, la idea es crear una propuesta de comunicación, teniendo en cuenta las características de *Instagram*, que no solo fomente la práctica deportiva como estilo de vida saludable, sino que promueva valores entre adolescentes.

En este sentido, para lograr incentivar la práctica deportiva como estilo de vida saludable, resaltando sus valores, es necesario abarcar otros elementos de comunicación que son significativos para nuestra investigación. Por lo tanto, en el siguiente epígrafe nos adentramos en la comunicación para la salud, identificando fundamentalmente hábitos saludables en adolescentes.

### **1.3. Comunicación para hábitos saludables en adolescentes**

En el siguiente epígrafe abordamos los conceptos de comunicación y salud. Además, profundizamos en los hábitos de vida saludables, haciendo un breve recorrido por los hábitos de vida, saludables o no, de la población adolescente.

#### **1.3.1. Comunicación y salud**

Tanto el concepto de comunicación como el de salud, si bien son abordados como términos independientes, también suelen ser estudiados de manera transversal con la finalidad de utilizar herramientas comunicativas para incentivar comportamientos saludables. Esto nos sitúa frente a otro concepto de interés *comunicación para la salud*.

Si nos centramos primero en el concepto de comunicación, podemos observar de manera clara su amplitud, especialmente a partir de la definición general que plantea *L'Académie Française* (2022). En su propuesta, la academia hace referencia a cuatro aspectos: primero, la transmisión de información a través de documentos o comunicados (oficiales, públicos, importantes...) y el escrito sobre un tema investigado presentado en un espacio determinado; segundo, el hecho de estar o ponerse en contacto con alguien o algo, haciendo uso del lenguaje articulado, o cualquier otro sistema de signos, para transmitir un conjunto de información; tercero, el medio para conectar a distancia a personas y comunidades entre ellas (correo postal, telégrafo, teléfono) que incluye canales y medios (prensa, carteles, radio, televisión, etc.) para dirigirse al público y darse a conocer; y cuarto, el acceso o desplazamiento de un lugar a otro (vías de comunicación: caminos, carreteras, autopistas, líneas aéreas y de ferrocarril, etc.).

Si bien la Real Academia Española (RAE) coincide con estas cuatro acepciones, además menciona el intercambio (trato, correspondencia) entre dos personas o más, precisando que la transmisión de señales requiere un código común al emisor y al receptor (RAE, 2022). Todas estas miradas nos acercan al concepto de comunicación; en nuestro estudio profundizamos en la comunicación en relación con la salud.

El concepto de salud suele ser uno de los más complejos y controversiales dentro de las disciplinas científicas. Por tanto, nuestra intención no es hacer una crítica de definiciones anteriores ni aportar una nueva definición, sino lograr un acercamiento a los rasgos fundamentales del concepto, enfocados en el grupo de edad con el que trabajamos.

Si comenzamos por una definición básica de salud, la Real Academia Española (2022) en primer lugar plantea que es el “estado en que el ser orgánico ejerce normalmente todas sus funciones”, con lo cual coincide *L’Académie Française* (2022): “État de fonctionnement normal, satisfaisant d’un organisme humain ou animal”. Ambas academias reconocen que es el estado en que un organismo funciona normalmente.

No obstante, la parte francesa también afirma el término *santé* (traducido como salud), se deriva del latín *sanitas*, que significa ‘santé du corps et de l’esprit’ y del latín *sanus*, es decir ‘sain, bien portant (au sens physique et moral)’. Por ende, se empieza a mostrar otro lado del concepto, que concierne la moral y lo espiritual, lo que igualmente podemos nombrar como el aspecto mental y psicológico.

Como también apunta la OMS en el preámbulo de su constitución, adoptada por la Conferencia Sanitaria Internacional en 1946 y vigente hasta nuestros días, “la salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades” (Web OMS, 2021). En este sentido, el término salud trasciende el hecho de no tener dolor o enfermedad, va más allá del cuerpo y la mente, puesto que busca el bienestar del individuo no solo en su aspecto físico y mental, sino también incluye lo social.

Las intervenciones salubristas incluyen no sólo los servicios clínicos que se centran en su mayor parte en lo somático y lo psicológico, sino también en las intervenciones sociales tales como las de producción, distribución de la renta, consumo, vivienda, trabajo, ambiente, etc. (Navarro, 1998, p. 49)

Es precisamente el carácter transversal del concepto de salud lo que marca su complejidad, pues va a depender de la interacción de diversos factores, ya sean psicológicos, sociales, culturales, científicos, políticos y económicos. De ahí la necesidad de “una definición de salud que no se limite a la mirada biomédica” (Moreno-Altamirano, 2007, p. 68).

Es por ello que cabe mencionar los cuatro elementos que conforman el campo de la salud, identificados por Lalonde (1981), y que determinan, en gran parte, el estado de salud del individuo y de la comunidad, con el objetivo de “to live a full, happy, long and illness-free life” (p. 6). Esos elementos son la Biología Humana, el Medio Ambiente, los Estilos de Vida y los Sistemas Sanitarios, a los cuales debe prestarse la misma atención, como

especifica Lalonde, y de esta manera “its goal will continue to be not only to add years to our life but life to our years, so that all can enjoy the opportunities offered by increased economic and social justice” (1981, p. 6).

Razón por la cual, se debe tener en cuenta el diálogo interdisciplinario que requiere el estudio de la salud, si bien “la salud es una síntesis; es la síntesis de una multiplicidad de procesos, de lo que acontece con la biología del cuerpo, con el ambiente que nos rodea, con las relaciones sociales, con la política y la economía internacional” (Briceño-León, 2000, p. 15).

Cuando se habla de comunicación para la salud, podríamos simplemente pensar en las campañas de comunicación que se hacen para informar sobre salud y/o promover estilos de vida saludables. Sin embargo, es un campo de la comunicación con una visión mucho más amplia y, a decir de Brashers y Babrow (1996), representa una de las áreas más complejas, desafiantes y potencialmente gratificantes para la investigación académica.

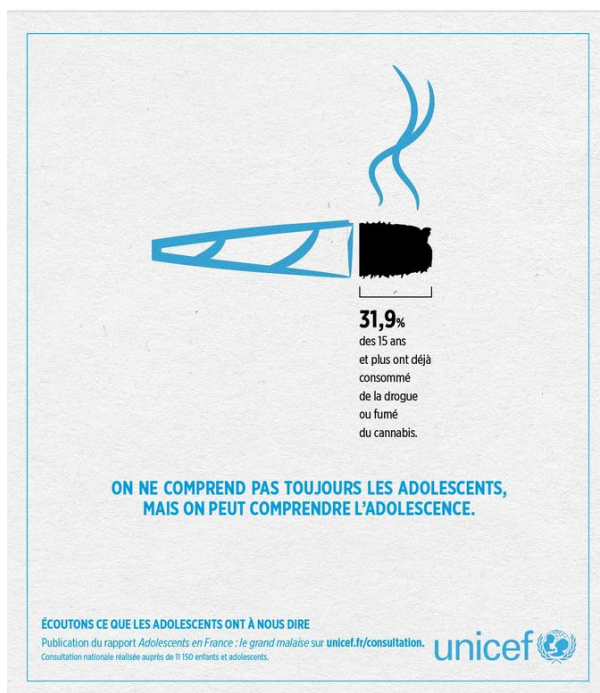
Renaud y Rico de Sotelo (2007), en su definición de la comunicación para la salud, se refieren al estudio e implementación de estrategias comunicativas, tanto interpersonales, organizacionales como mediáticas, con la finalidad de informar e influenciar las decisiones individuales y colectivas pertinentes para mejorar la salud. Entonces, este campo no abarca solo los medios de comunicación, sino que también contempla acciones de interacción cara a cara y otras de carácter institucional y comunitario.

De ahí la importancia de los objetivos trazados y los diferentes públicos, según cada estrategia, de la comunicación para la salud. Además de informar, como bien plantea Renaud (2020), pretende sensibilizar a las personas, las organizaciones y las comunidades sobre temas de salud.

En este sentido, se puede mostrar como ejemplo la presentación de los resultados del estudio llevado a cabo en el 2014, por UNICEF France (Web UNICEF France, 2022). Dentro de los resultados se señalan algunos riesgos de consumo que atentan contra la salud de la población adolescente, como el consumo de alcohol y de drogas. La manera de comunicar estos resultados responde a una estrategia que puede sensibilizar a diferentes públicos a través del mensaje: “On ne comprends pas toujours les adolescents, mais on peut comprendre l’adolescence”.

**Imágenes 1A y 1B. Ejemplos de comunicación de UNICEF France**

**A**



**B**



**Fuente:** Tomado de la Web UNICEF France (2022).

Como se puede observar, son cifras inquietantes en adolescentes. Esta problemática también la encontramos, por ejemplo, en cifras sobre adolescentes españolas que brinda la Campaña “Menores sin alcohol” promovida en 2017 por el Ministerio de Sanidad (Injuve, 2022).

**Imágenes 2A y 2B. Ejemplos de comunicación de Ministerio de Sanidad, España**

**A**

**B**



**Fuente:** Tomado de Injuve (2022).

Por tanto, tomando en cuenta las cifras presentadas, se entiende la utilización de una campaña como herramienta de comunicación. En ambos casos, se hace uso de la infografía, cuya representación gráfica permite transmitir los datos y el mensaje de forma visual y simple, combinando principalmente imágenes y textos, aunque también podría incluir audios. Los ejemplos anteriores son difundidos en acceso abierto y público, fundamentalmente en el sitio web UNICEF France (2022) en el caso francés y en la Web Injuve (2022) en el caso español, haciendo uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

La comunicación para la salud, teniendo en cuenta las imágenes 1A y 1B, puede operar en diversos contextos y dirigirse a diferentes públicos. En cuanto a los contextos, tenemos desde la relación paciente-profesional de la salud hasta la comunicación y difusión de información, como bien plantea Renaud:

... relation patient-prestataire de services ; recherche d'information sur la santé par un individu ou un groupe ; adhésion d'un individu ou d'un groupe



à un traitement ou à des recommandations spécifiques ; élaboration de campagnes de sensibilisation destinées au grand public ; communication de risques pour la santé associés à des pratiques ou à des comportements spécifiques ; diffusion dans la population d'une certaine image de la santé ; diffusion de l'information relative à l'accessibilité aux soins de santé ; etc. (2007, 2010; en Renaud, 2020, p. 5)

Asimismo, la comunicación para la salud puede apuntar a varios públicos objetivo. Entre ellos podemos citar: “professionnel.le.s de la santé, gestionnaires, prestataires de soins de santé, patient.e.s, grand public, professionnel.le.s des médias d'information, décideur.se.s politiques, membres d'organismes liés au milieu de la santé publique, etc.” (Renaud, 2020, p. 5). Estos públicos de interés además son potenciales agentes transmisores del mensaje que se quiere comunicar sobre la salud, por tanto, se destaca la pertinencia de lograr la colaboración y participación de dichos públicos en los proyectos de comunicación para la salud.

Razón por la cual, también Renaud (2020) hace alusión a una comunicación para la salud interactiva y participativa. Según dicho autor, de esta manera se puede crear un diálogo que incentive los cambios de comportamiento y de entorno para mejorar la salud de la población en general.

La communication pour la santé peut toutefois contribuer de façon importante à améliorer la santé des individus et des populations, dans la mesure où une stratégie de communication efficace peut amener les individus, les organisations et les communautés à mieux comprendre leurs besoins et à modifier leur environnement pour mieux y répondre. (Renaud, 2020, p. 4)

De ahí la pertinencia de utilizar recursos de las TRIC en apoyo de la salud, es decir orientar las nuevas tecnologías digitales a la esfera de la salud, lo cual la Organización Mundial de la Salud denomina eSalud (OMS, 2022). Esta área de la salud “contempla el uso de tecnologías móviles e inalámbricas, como teléfonos, teléfonos inteligentes, relojes inteligentes, dispositivos de monitoreo de pacientes, asistentes digitales personales, especialmente aplicaciones de software móvil (APP), para apoyar las actividades de salud” (Valerio Netto y Salvador, 2020, p. 1). Todos estos dispositivos, a los que ambos autores añaden los ordenadores fijos y portátiles, la radio, la televisión, las tecnologías

web y hasta la inteligencia artificial, desarrollan el sector de la salud y facilitan la comunicación entre los diferentes públicos y profesionales de la salud.

Si bien el uso de estas nuevas tecnologías, principalmente de las redes sociales, suele influir de forma negativa en adolescentes y jóvenes, disminuyendo las horas de sueño y/o propiciando violencia virtual o adicción, etc., como afirman Navarrete, Castel, Romanos y Bruna (2017). Estos autores también reconocen (corroborando otros estudios científicos) el impacto positivo de estas herramientas de comunicación en los más jóvenes, bajo control y supervisión. Aseguran que además de facilitar la interacción social, se posibilita “la generación de diversos elementos educativos, como la prevención del consumo de tabaco, alcohol y drogas, y el fortalecimiento de hábitos saludables” (Navarrete, Castel, Romanos y Bruna, 2017, p. 265).

En general, remarcamos la importancia de la comunicación para la salud, conscientes de que es necesario, pero no suficiente, para lograr un impacto positivo en la salud a nivel individual y colectivo. El desarrollo y profundización del enfoque nos lleva a la importancia de los hábitos de vida saludables, y su promoción, lo que abordamos en el siguiente epígrafe.

### **1.3.2. Profundizando en los hábitos de vida saludables**

Los hábitos de vida son aquellas costumbres y conductas que asumimos como propias en nuestra rutina cotidiana. Mientras que si nos referimos a los hábitos de vida saludables debemos añadir que tienen una incidencia positiva en nuestro bienestar físico, mental y también social.

Sin embargo, existen algunos factores de riesgo que inciden en nuestra salud y aumentan las posibilidades de contraer enfermedades no transmisibles, como el sobrepeso, la obesidad y enfermedades cardiovasculares y respiratorias, entre otras. Como principales factores de riesgo la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022) menciona los malos hábitos alimentarios, el uso nocivo del alcohol, el tabaquismo y el sedentarismo.

El aumento de todos estos problemas explica las estrategias y los programas impulsados por la OMS a nivel internacional, con la finalidad de contrarrestar dichos riesgos, pues un modo de vida sana mantiene un buen estado de salud y ayuda a reducir el riesgo de enfermedades no transmisibles (Johansson y Sundquist, 1999). Asimismo, se desarrollan proyectos para fomentar estilos de vida saludables, que se basan fundamentalmente en la

disminución y/o eliminación de los factores de riesgo, y en promover los factores de protección para el bienestar.

Llamamos factores protectores a aquellos elementos que actúan ante múltiples problemáticas de salud, como por ejemplo la obesidad, como bien apunta Carrion et al. (2016). Entre los factores protectores, que se deben incentivar sobre todo en la infancia y la adolescencia, se destacan: la alimentación sana (Ambrosini, 2014), la actividad física regular (Rauner, Mess y Woll, 2013) y las horas de sueño recomendadas (Fatima, Doi y Mamun, 2015).

En el 2001, en Francia, se crea el *Programme National Nutrition Santé* (PNNS) con el objetivo de mejorar la salud de la población en general a partir de una buena nutrición. Este programa se encuentra escrito en el código de la salud pública (article L 3231-1) como un programa quinquenal del gobierno, al cual se suma, a partir del año 2010, el *Programme national pour l'alimentation* (PNA) (article L.1 du code rural et de la pêche maritime) (*Ministère des Solidarités et de la Santé*, 2019).

El PNNS y el PNA son identificados como las principales herramientas de la política nacional de alimentación y nutrición que el gobierno francés ha puesto en marcha durante un período 2019-2023. Ambos programas tienen como fin mejorar el consumo de alimentos y cuidar la nutrición, a la vez que se plantean aumentar la práctica de actividades físicas y deportivas y disminuir el sedentarismo (*Ministère des Solidarités et de la Santé*, 2019).

Si bien estos programas contienen estrategias claras para lograr sus objetivos, suelen ser muy generales y abiertas. Es por ello que consideramos la propuesta de Tremblay et al. (2016) como marco, mucho más adaptada a nuestro estudio, debido a las directrices precisas que brinda para niños y adolescentes de 5 a 17 años y que además se corresponden con las recomendaciones de la OMS.

En primer lugar, habla de la actividad física que debe ser realizada desde una intensidad leve (varias horas al día, de forma estructurada o no estructurada) hasta una intensidad moderada-vigorosa (al menos 60 minutos diarios y mínimo 3 días a la semana), incluyendo una amplia variedad de actividades físicas y deportivas. En segundo lugar, explica que la duración del sueño nocturno, sin interrupción, debe ser de 9 a 11 horas para niños y para adolescentes de 8 a 10 horas, manteniendo horarios regulares para acostarse

y levantarse. En tercer y último lugar, se refiere a un factor de riesgo, el comportamiento sedentario, ante lo cual recomienda estar sentado el menor tiempo posible y una duración máxima de dos horas frente a las pantallas.

Por una parte, se observa que para adquirir hábitos de vida saludables se debe comenzar preferiblemente desde la niñez o la adolescencia. Mientras que, por otra parte, para conservar esos hábitos es necesario incorporar los factores de protección del bienestar a nuestra vida cotidiana, teniendo de igual manera conocimiento de los factores de riesgo que debemos mantener a distancia.

En este sentido, algunos autores (Ambrosini, 2014; Carrion et al., 2016; Fatima, Doi y Mamun, 2015; Rauner, Mess y Woll, 2013) han demostrado en sus estudios la importancia de fomentar hábitos de vida saludables durante la niñez y la adolescencia para mantener un buen estado de salud. De ahí que se indique además la necesidad de llevar a cabo acciones para tener una buena condición física, que depende notablemente de una alimentación saludable, de la duración de las horas de sueño y de la regularidad e intensidad de la actividad física.

De acuerdo con el *Ministère des Solidarités et de la Santé*, “l’alimentation et l’activité physique, à la fois sources de plaisir et facteurs de santé, concernent la vie quotidienne et sont soumises à des influences contradictoires” (2019, p. 9). Precisamente, esas influencias pueden definir comportamientos con tendencia saludable o no, en dependencia de la decisión final del individuo y/o de la comunidad.

Como hemos podido observar, y como también plantean Ortega et al. (2008), la actividad física y deportiva es un factor fundamental para la salud. Según estos autores, la condición física durante la infancia y la adolescencia puede predecir una buena condición física en la edad adulta, y reconoce a su vez el rol importante que juegan las escuelas.

Siguiendo la misma línea de pensamiento y con la convicción de que la práctica de actividades físicas y deportivas para la salud es de interés público, el *Ministère des Solidarités et de la Santé* y el *Ministère des Sports* (2019) se han propuesto desarrollar una cultura de deporte para la salud, *Sport Santé*, a partir de la *Stratégie Nationale Sport Santé* (SNSS), que comprende el período 2019-2024. Razón por la cual plantean lo siguiente:

L'ambition est de promouvoir l'activité physique et sportive comme un élément déterminant en matière de santé et de bien-être, pour toutes et tous, tout au long de la vie et ce faisant de répondre à deux problématiques : celle de l'inactivité physique et de la sédentarité, la première cause de mortalité évitable, d'une part, et celle des inégalités dans l'accès aux activités physiques et sportives en favorisant l'accès de tous sur l'ensemble du territoire, d'autre part. (Ministère des Solidarités et de la Santé y Ministère des Sports, 2019, p. 4)

Tomando como referencia las posturas aquí mencionadas, se reafirma el interés de nuestra investigación por promover la práctica deportiva y sus valores, incentivando un estilo de vida saludable en la población adolescente desde el propio entorno escolar.

### **1.3.3. Hábitos de vida saludables o no saludables de adolescentes**

Si partimos de la relevancia que tiene la adopción de un estilo de vida saludable durante la infancia y la adolescencia para un apropiado y más completo desarrollo del individuo y, por ende, de la comunidad, podemos decir que existe una mayor probabilidad de que las conductas saludables adquiridas en esta etapa se mantengan en edad adulta, como también asegura Telama et al. (2005).

No obstante, en este epígrafe abordaremos diferentes hábitos de vida de la población adolescente, que pueden ser saludables o no saludables. Esto nos permitirá acercarnos a algunas de las tendencias y preferencias de este público, particularmente en cuanto a la alimentación, las horas de sueño, la actividad física y el sedentarismo.

Ante todo, y como pudimos constatar en acápite anteriores, las tecnologías digitales también forman parte de la vida diaria del adolescente, de manera general. Por tanto, suelen influir considerablemente en la toma de decisiones relacionadas con hábitos saludables y no saludables. Esto se puede explicar tomando en cuenta el soporte que representan las TRIC para la población adolescente, no solo como fuente de información y comunicación sino además como fuente de entretenimiento que fundamentalmente puede incitar a un comportamiento sedentario e incidir en la duración de las horas de sueño.

Un adolescente debe dormir entre 8 y 10 horas diarias consecutivas, pero la presencia de las pantallas en la habitación afecta la duración y la calidad del sueño (Société canadienne

de pédiatrie, 2019). Si bien no todo adolescente posee un televisor en su dormitorio, suele contar con otros dispositivos digitales como el teléfono móvil, el ordenador, la tableta, etc., cuyo uso no limitado y en horarios no adecuados y el acceso a contenidos no aptos para estas edades impiden tener un buen descanso y, por consiguiente, recuperar energía.

Como bien apunta George y Odgers (2015), las nuevas tecnologías digitales pueden perjudicar el sueño de la población adolescente a través de tres posibles vías; ya sea porque sustituyen sus horas de sueño, provocan una estimulación emocional potenciada por interacciones en línea que dificultan que se duerman y que permanezcan dormidos, e/o inhiben la liberación de melatonina (hormona del cuerpo que ayuda a dormir) y perturban los ritmos del sueño.

Pasar tiempo ilimitado y durante horas inadecuadas haciendo uso de las tecnologías digitales, es uno de los factores que hace que un/una adolescente pueda llegar a sentir cansancio sin haber realizado grandes esfuerzos. Asimismo, el uso de las tecnologías digitales, junto al agotamiento por falta de sueño, pueden estimular un comportamiento sedentario.

En cuanto a comportamientos sedentarios en Francia, según Verdot, Salanave y Deschamps (2020), el tiempo que se pasa delante de las pantallas a diario ha aumentado considerablemente en los últimos años, tanto por parte de los adultos como de los más pequeños.

Cette augmentation semblait davantage le fait d'un usage croissant des écrans autres que la télévision, du type ordinateur ou smartphone. Les actions de prévention doivent donc s'orienter majoritairement vers ces nouveaux usages pour lutter efficacement contre la sédentarité croissante de la population. (Verdot, Salanave y Deschamps, 2020, p. 303)

Respecto a los niños y adolescentes, de acuerdo con la *Agence Nationale de Sécurité Sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail* [ANSES] (2020), el tiempo que permanecen sentados o acostados frente a una pantalla (televisión, ordenador, video juego, etc.) como forma de ocio, fuera del horario escolar, y que supera las dos horas por día, ese tiempo de pantalla constituye un riesgo para la salud, un hábito no saludable.

Como hábito de vida saludable tenemos la actividad física y deportiva, pero actualmente los índices de inactividad física que caracterizan a los más jóvenes también representan

un peligro para su estado de salud. De ahí que, si medimos el tiempo de pantalla como uno de los comportamientos sedentarios más recurrentes en la población adolescente de entre 11 y 17 años, y su insuficiente actividad física, podemos resumir los siguientes riesgos para su salud:

- **66 % présentent un risque sanitaire préoccupant**, caractérisé par le dépassement simultané des deux seuils sanitaires : plus de **2 heures de temps écran et moins de 60 minutes d'activité physique par jour** ;
- **49 % présentent un risque sanitaire très élevé**, caractérisé par des seuils plus sévères, soit plus de 4h30 de temps écran journalier et/ou moins de 20 minutes d'activité physique par jour. Parmi ceux-là, **17 % sont même particulièrement exposés**, cumulant des niveaux très élevés de sédentarité (plus de 4h30 d'écran par jour) et d'inactivité physique (moins de 20 minutes par jour) ;
- le niveau de sédentarité est plus élevé encore chez les adolescents les plus âgés (15-17 ans) et chez les jeunes issus des milieux les moins favorisés. (ANSES, 2020, párr. 5)

Los datos anteriores demuestran la importancia de hacer buen uso de las tecnologías digitales y de practicar actividades físicas y deportivas en la adolescencia. Un buen uso de las tecnologías digitales puede permitir el seguimiento de la actividad física, el control de la masa/peso corporal y la mejora de la alimentación, favoreciendo la promoción de estilos de vida saludables (Favotto, Michaelson y Davison, 2017; Robinson et al., 2017).

Es necesario subrayar que varios autores (Borraccino et al., 2016; Elsenburg et al., 2014; Falbe et al., 2014; Pearson y Biddle, 2011) también relacionan el sedentarismo frente a las pantallas con una mala alimentación. Si bien no nos detendremos en los hábitos alimenticios de la población adolescente, reconocemos que tienden a consumir alimentos con alto contenido de sal, grasas y/o azúcares mientras utilizan las pantallas y que esta conducta además está incentivada por anuncios publicitarios de comida rápida y bebidas azucaradas a los que están expuestos con los medios digitales (Robinson et al., 2017).

Otras conductas en la adolescencia que constituyen un riesgo para la salud son las adicciones a sustancias, entre las cuales nombramos principalmente el tabaco, el alcohol

y las drogas denominadas duras. UNICEF France, en uno de sus estudios más recientes, declara que adolescentes de 13 a 18 años han sido expuestos sobre todo al cigarro y al alcohol: “10,5 % d’entre eux reconnaissent fumer du tabac et 20,7 % consommer de l’alcool et avoir été en situation d’ivresse” (2021, p. 63).

Respecto al consumo de alcohol, el 45,4% de adolescentes asegura poder obtener el alcohol fácilmente en las tiendas (UNICEF France, 2021). Esto resulta inquietante sobre todo teniendo en cuenta que, según la ley francesa (L’article 93 de la loi n°2009-879 du 21 juillet 2009), está prohibida la venta y el consumo de alcohol a menores de edad, pero esta prohibición parece ser poco respetada.

En cuanto a las drogas, los datos también son alarmantes para estas edades. De hecho, el 24% de adolescentes dice que le han ofrecido drogas, el 10,5% afirma haber consumido drogas y el 4,4% fuma cannabis. Al 7% se le ha propuesto ser parte de la distribución de drogas, siendo los chicos los más solicitados para vender o ayudar a vender drogas, representando el 9,9% frente al 4,8 de chicas (UNICEF France, 2021).

En sentido general, estas cifras son preocupantes. Aun cuando, como plantea UNICEF France (2021), los datos recogidos no precisan si se trata de una experimentación puntual o de un consumo regular, e incluso diario; muestran el peligro que representan dichas sustancias para la población adolescente, que pone en riesgo su salud y la de la comunidad. Si hablamos de riesgos, vemos que su prevención no ha sido generalizada, puesto que solo poco más del 70% de adolescentes afirma haber sido informados sobre los riesgos de la droga (71%), del cigarro (73,9%) y del alcohol (72%).

Tomando en consideración el análisis realizado hasta aquí, podemos corroborar que diversos datos muestran problemas concretos que hacen que el estilo de vida del adolescente promedio no sea todo lo saludable que debiera. Según Ministère des Solidarités et de la Santé y Ministère des Sports (2019), el modo de vida actual, tanto de niños como de adolescentes, está provocando un aumento de la inactividad física y es uno de los principales responsables del preocupante incremento del sobrepeso y la obesidad en esta población. Del mismo modo, plantea que ese sobrepeso sumado a un estilo de vida sedentario explica la reducción de la capacidad física.

Razón por la cual entendemos la importancia de fomentar hábitos saludables entre los más jóvenes, que pueden no solo mejorar su estado de salud física y emocional, sino



también influenciar y/o cambiar otros hábitos. Tal es el caso de la práctica de actividades físicas y deportivas, la cual constituye “le moyen de lutter contre la sédentarité chez les jeunes. Elle permet également de les rendre plus actifs physiquement” (Ministère des Solidarités et de la Santé y Ministère des Sports, 2019, p. 8).

Todo esto enmarca el interés de nuestra investigación en acercarse a las motivaciones de los propios adolescentes para fomentar hábitos saludables de forma creativa e innovadora:

Il s’agit notamment d’assurer la promotion d’une pratique d’activité physique et sportive régulière. Une approche intégrée dans le milieu de vie des jeunes (école, loisirs, famille, espace public) est à privilégier, en donnant la priorité aux publics les plus éloignés de la pratique et aux territoires fragilisés (zones peu denses et quartiers prioritaires de la politique de la ville). (Ministère des Solidarités et de la Santé y Ministère des Sports, 2019, p. 10)

## **1.4. Deporte como estilo de vida saludable física y emocionalmente**

Dentro de los hábitos saludables tenemos la práctica regular de actividades físicas y deportivas. Partiendo de su importancia desde edades tempranas, profundizamos en la definición del deporte, sus clasificaciones y ámbitos hasta adentrarnos en el deporte escolar y sus orígenes, haciendo énfasis en la práctica deportiva de la población adolescente. Tras nuestro interés por promover al mismo tiempo valores entre iguales, también hablamos de valores en el deporte escolar y en adolescentes.

### **1.4.1. Definiendo el deporte**

El ser humano desde que nace comienza a realizar una serie de movimientos para su desarrollo físico. Movimientos, aparentemente tan sencillos, como tirar y empujar, agacharse, saltar, caminar y/o correr son parte de la actividad física inherente al individuo desde sus primeros meses de vida.

El incremento progresivo de la actividad física es importante para el ser humano, tanto en su desenvolvimiento individual como social. En lo personal mejora fundamentalmente la accesibilidad a recursos vitales y el desplazamiento del sujeto, mientras que en lo social facilita la cooperación y el trabajo colectivo, así como la vida en comunidad. La Organización Mundial de la Salud (OMS) también plantea la necesidad individual y

social de aumentar el nivel de actividad física, que exige una perspectiva poblacional, multisectorial, multidisciplinaria, y culturalmente idónea (2020, Web OMS).

A menudo se suelen asociar los términos *actividad física* y *deporte* a un mismo significado. Aun cuando su uso común parece correcto y existe una estrecha relación entre ambos vocablos, la dimensión de cada uno es diferente, se puede decir que el deporte es una arista de la actividad física.

Tampoco se debe confundir la actividad física con el ejercicio porque este último es un formato de la primera. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), el ejercicio es “actividad física planificada, estructurada, repetitiva y realizada con un objetivo relacionado con la mejora o el mantenimiento de uno o más componentes de la aptitud física” (Web OMS, 2020).

Mientras que, de acuerdo con Caspersen, Powell y Christenson: “Physical activity is defined as any bodily movement produced by skeletal muscles that results in energy expenditure... Physical activity in daily life can be categorized into occupational, sports, conditioning, household, or other activities” (1985, p. 126).

Actualmente, la OMS sigue estas líneas de pensamiento para conceptualizar la actividad física de forma más completa y más o menos estructurada. Por lo tanto, la OMS define:

La actividad física como cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que exija gasto de energía. La actividad física abarca actividades que entrañan movimiento corporal y se realizan como parte de los momentos de juego, del trabajo, de formas de transporte activas, de las tareas domésticas y de actividades recreativas. (Web OMS, 2020)

Entonces, hablamos de actividad física cuando se realiza algún movimiento o esfuerzo físico que requiere un gasto de energía, y esa actividad la podemos situar en nuestro quehacer cotidiano, desde caminar, jugar, saltar, bailar, correr o andar en bicicleta.

Como se puede apreciar hay diferentes formas de mantener el cuerpo activo. El deporte es otra de ellas, si bien puede ser entendido como una actividad física e intelectual de naturaleza competitiva y gobernada por reglas institucionales (García Ferrando, 1990).

Considerando que la actividad física es cualquier movimiento corporal, entonces se puede decir que el deporte es una de sus formas. Podemos puntualizar que todo *deporte* es *actividad física*, pero no toda *actividad física* es *deporte*.

El historiador y pedagogo Coubertin, promotor de la introducción del deporte en el sistema educativo francés, expone en su definición de deporte lo concerniente al esfuerzo muscular y a la energía requerida:

Le sport est le culte volontaire et habituel de l'exercice musculaire intensif incité par le désir du progrès et ne craignant pas d'aller jusqu'au risque. Donc cinq notions : initiative, persévérance, intensité, recherche du perfectionnement, mépris du danger éventuel. Ces cinq notions sont essentielles et fondamentales. (1972, p. 2)

Como se observa, se puntualizan cinco aspectos fundamentales en este concepto: iniciativa, perseverancia, intensidad, búsqueda de la perfección o la superación, y despreocupación por el posible peligro. La importancia de estos aspectos radica en que no solo deben tenerse en cuenta en cada uno de los espacios cotidianos donde se realicen actividades físicas y deportivas, sino en cada área de nuestra vida personal y social.

Según *l'Académie Française* (2022), el deporte (en francés *sport*, palabra tomada del inglés) sert à désigner Toute sorte d'exercices physiques, de jeux d'adresse ou de force. Este concepto constituye una visión global del deporte que puede ser completada con la definición de la Real Academia Española (RAE).

De acuerdo con la RAE, el deporte tiene dos variantes de significación: 1) Actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas; y 2) Recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre (RAE, 2022). La segunda variante es de gran interés para el presente estudio y será retomada como fundamento de la propuesta comunicativa.

Siguiendo esta misma línea, tenemos a Defrance (2011), quien expone ese planteamiento como dos extremos del deporte: por un lado, se encuentra el deporte lúdico y divertido que puede adoptar formas flexibles y efímeras; mientras que, por otro lado, el deporte posee características del trabajo altamente especializado, a lo que añadimos, y competitivo.

A partir de estos dos extremos del deporte, que Michot define como “la pratique sportive mode de vie (intensive parfois institutionnalisée et compétitive) d'une part, et la pratique de loisir (hygiéniste, prétexte à convivialité) d'autre part” (2021, p. 9), es posible situarse ante varias percepciones del deporte que, según dicho autor, van a depender de una práctica ocasional, regular o intensiva, autónoma o supervisada, anclada o emergente, convencional o disruptiva.

Hablemos un poco del origen del vocablo *deporte*. Tras indagar en sus raíces etimológicas, encontramos que *deporte* proviene del latín *deportare*. Joan Corominas (1980) explica que antiguamente hacia 1440 se entendía deporte como placer, entretenimiento.

Deriva del antiguo *deportarse* 'divertirse, descansar', hacia 1260, y éste del latín *deportare* 'traslado, transportar' (pasando quizá por distraer la mente); en el sentido moderno de 'actividad al aire libre con objeto de hacer ejercicio físico'. Deporte fue resucitado en el siglo XX para traducir el inglés *sport* (que a su vez viene del francés antiguo *deport*, equivalente al castellano deporte). (p. 205)

En principio, la raíz del término *deporte* hace referencia a la acción de divertirse, disfrutar, entretenerse con una actividad placentera. Sin embargo, hoy día en nuestra sociedad se han depuesto esos atributos.

El deporte dista mucho de tener un significado y sentido unívoco y preciso, como actividad cumple diversas funciones sociales, a veces de manera contradictoria, presenta múltiples realidades y en todas ellas subyace una forma de entender, presenciar y realizar dicha práctica (Díaz y Martínez, 2003, en González, 2012).

De ahí también que González se refiera al *deporte* como:

...un término polisémico, multidimensional e imbricado con diferentes ámbitos de la vida social y cultural (salud, educación, política, etc.) y que abarca no sólo a todas las dimensiones de una persona (física o motor, psicológica, afectivo-cognitiva, social-cultural-moral y conductual) sino a personas de todas las edades, posición social, sexo, condición física, y con diferentes concepciones: recreación, educación, competición; con diferentes grados de flexibilidad en su estructura. (2012, p. 7)

Por tanto, no es menos cierto que tanto en la dimensión teórica como práctica, el deporte responde a una construcción social provocada por la interacción de diferentes agentes e instituciones sociales interesadas en cada momento de su proceso histórico (Devís, 1995).

El transcurso del tiempo denota la evolución de la sociedad, que también ha incidido en la transformación del deporte hasta convertirlo en una institución propia de las sociedades industriales (Hernández-Mendo, 1999a, p. 1, en González, 2012). En consecuencia, la versatilidad del deporte es una manifestación de su funcionamiento como situación motriz codificada (Parlebas, 1981).

Una de las características del deporte es la actuación de reglamentos y normativas que definen su actividad. “El deporte, como el resto de los fenómenos socioculturales, es una actividad organizada y regida por unas reglas que se desarrollan dentro del marco de una sociedad, en este caso competitiva” (Fraile, 2004, p. 5).

Si bien la competición deportiva no es un aspecto nuclear en esta investigación, es común que algunos autores la señalen en sus definiciones. García Ferrando (1990), secundado por González Ramallal (2004) y González (2012), explica la posición amplia y flexible que se debe tener para definir el deporte, subrayando como componentes clave: actividad física e intelectual humana; de naturaleza competitiva, y gobernada por reglas institucionalizadas.

El profesor José Hernández (1994, p. 15) hace una propuesta para caracterizar el concepto de deporte (ver Tabla 4) a partir del argumento de Parlebas (1981). Plantea cinco aspectos:

**Tabla 4.** Características del concepto de deporte

<b>Deporte</b>	<b>Juego</b>	Todos los deportes nacen como juegos, con carácter lúdico.
	<b>Situación Motriz</b>	Implican ejercicio físico y motricidad más compleja
	<b>Competición</b>	Superar una marca o un adversario(s)
	<b>Reglas</b>	Reglas codificadas y estandarizadas
	<b>Institucionalización</b>	Está regido por instituciones oficiales (federaciones, etc.)

**Fuente:** Hernández Moreno (1994, p. 16).

Un elemento relevante para este estudio es entender el deporte como acción social, con significado y composición sociales. Debido a que “el deporte es un fenómeno que está en

nuestra sociedad y que todo el mundo, directa o indirectamente, vive con, para, por o en él” (González, 2012, p. 8).

Otros autores siguen esta línea en sus definiciones:

El deporte es un fenómeno totalmente enraizado en la maraña de nuestra vida cotidiana y difícil de eludir, incluso por aquellos que lo sufren calladamente. No podemos considerarlo solamente como una actividad física, puesto que también es una forma de comunicación masiva y un elemento de identificación cultural y personal que tiene lugar dentro y fuera del terreno deportivo. (Devís, 1995, p. 455)

En la actualidad el deporte es un fenómeno social que traspasa las fronteras del centro educativo, implicando a otros grupos de la población dentro del mismo municipio y a nivel institucional, tanto de ámbito regional o nacional. (Moreno, 1998, p. 1)

De ahí la definición de deporte como sistema abierto que proponen algunos autores (Dietrich y Heinemann, 1989; Heinemann, 1986; 1991; en Puig y Heinemann, 1991) desde finales de la década de los 80. Argumentan que el deporte contemporáneo se revela como una realidad cada vez más difícil de acotar, más imprecisa. Asimismo, apuntan hacia la aparición de nuevas prácticas que, si bien no se ajustan a las concepciones clásicas del deporte, están relacionadas con la actividad física, por consiguiente, es necesario tomarlas en consideración (Puig y Heinemann, 1991).

En este sentido, Pérez Brunicardi refiere el deporte como un conjunto de señas de identidad que pueden cumplirse en parte o en su totalidad.

...situación motriz, con cierto grado de intervención intelectual, con unas características reconocibles por la sociedad, cuya meta está en el logro del resultado deportivo, independientemente de su nivel de exigencia, sea o no en contexto de competición con o contra otros, para lo cual se requiere una preparación o entrenamiento más o menos estructurado, cuyos criterios de éxito están regulados por un reglamento, o en su defecto por un código ético espontáneo y flexible, y que generalmente se institucionalizan en el contexto de organizaciones sociales como asociaciones o federaciones. (2010, p. 14)

El carácter polisémico de la palabra *deporte* permite el uso de otras terminologías para abordar su actividad. Aunque se conoce la diferencia de significados entre deporte y actividad física, en esta tesis utilizaremos ambos términos y otros relacionados como práctica deportiva, actividad físico-deportiva, actividad física y deportiva, actividad deportiva.

La Carta Europea del Deporte (CE, 1992) confirma la amplitud del vocablo:

1.a) Se entenderá por «deporte» todo tipo de actividades físicas que, mediante una participación, organizada o de otro tipo, tengan por finalidad la expresión o la mejora de la condición física y psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones a todos los niveles. (art. 2, pp. 8-9)

De ahí también el interés de nuestra investigación en fomentar el deporte como estilo de vida saludable, tomando en cuenta algunas de sus características básicas. Primero, el deporte como agente socializador, una oportunidad para compartir con amigos; segundo, como alternativa de ocio que refuerza su carácter recreativo y de entretenimiento; y tercero, como mejora de la condición física y psíquica de las personas.

#### **1.4.2. Clasificaciones del deporte**

Cuando hablamos de las clasificaciones del deporte encontramos una amplia bibliografía. Muchos son los autores que han elaborado una clasificación del deporte, y por lo general una complementa a la otra.

Una de las primeras clasificaciones atribuidas al deporte, y que se posiciona entre las más citadas, es la que comparte Durand (1968). En su caso, la actividad deportiva se organiza en cuatro categorías que van a depender de la situación enseñanza-aprendizaje: *deportes individuales*, en los que el deportista enfrenta solo el obstáculo a vencer (aparato, elemento o adversario); *deportes de equipo o colectivos*, que hacen al deportista integrarse en una acción de grupo; *deportes de combate*, en los cuales dos o más deportistas son confrontados, de manera más o menos directa; y *deportes en la naturaleza*, donde el deportista desarrolla la actividad deportiva al aire libre y encuentra la oposición en los elementos naturales (Durand, 1968).

En su clasificación del deporte, Bouet (1968) también propone los *deportes de combate* y los *deportes en la naturaleza*, y agrupa el resto en *deportes de pelota* (dentro de los cuales sitúa los individuales y los colectivos o de equipo), *deportes atléticos* y *deportes mecánicos*.

Por su parte, Matveiev (1975) clasifica el deporte según el tipo de esfuerzo físico requerido en la sesión de entrenamiento. Por ello, plantea cinco categorías entre las cuales igualmente señala los *deportes de combate o lucha* y los *deportes de equipo*, y además se refiere a los *deportes acíclicos*, a los *deportes con predominio de la resistencia* y a los *deportes complejos y pruebas múltiples*.

De igual manera, Blázquez y Hernández (1984) presentan una clasificación del deporte, pero teniendo en consideración la forma de utilizar el espacio y la participación de los jugadores. Por tanto, se deciden por cuatro grupos: *deportes psicomotrices o individuales* (participación sin compañeros ni adversarios), *deportes de oposición* (enfrentamiento de uno o más oponentes), *deportes de cooperación* (presencia de compañeros sin adversarios) y *deportes de cooperación-oposición* (presencia de compañeros y adversarios).

Otra clasificación del deporte, con una perspectiva diferente a las mencionadas anteriormente, es la que presenta Parlebas (1988). Este autor divide el deporte en base a los criterios de acción motriz, considerada como un sistema de interacción global entre el ejecutor, el entorno físico y los otros individuos que participan. De ahí que *la interacción con compañeros*, *la interacción con el adversario* y *la incertidumbre de la información procedente del medio* se plantean como criterios de clasificación.

Una partición del deporte diferente e interesante es la que realiza García Ferrando (1990). Basado en componentes del desarrollo del deporte, es decir, teniendo en cuenta la mayor o menor utilidad del juego, dicho autor distingue tres categorías: *deportes formales* (prácticas profesionales y de alta competición, disminuye importancia del juego), *deportes informales* (prácticas donde aumenta el valor del componente lúdico y recreativo), y *deportes semiformales* (prácticas con carácter competitivo y organizado, que no requieren de gran dedicación en entrenamientos).

Además, citamos la clasificación que brinda el Comité Olímpico Internacional (COI). Como bien explica Arrechea (2011), en sus orígenes, durante el Congreso Fundacional



de 1894, el COI clasificó los deportes de la siguiente manera: *deportes atléticos* (atletismo, y la gimnasia se une en 1896), *deportes acuáticos* (natación, remo, vela), *juegos atléticos* (fútbol, tenis, Jeu de Paume, etc.), *deportes ecuestres* (hípica, polo) y otros «*no clasificados*» (esgrima, patinaje, boxeo, lucha, tiro, gimnasia y ciclismo).

Posteriormente, se realizaron los Concursos de Ejercicios Físicos y Deportes de 1900, que remplazaron los Juegos Olímpicos del mismo año, y tuvo lugar una nueva clasificación: *juegos atléticos* (atletismo, rugby, fútbol, hockey sobre hierba, béisbol, críquet, croquet, tenis, jeu de paume, pelota vasca, lacrosse, bolos, golf...), *gimnasia*, *esgrima*, *tiro* (incluido el tiro con arco y ballesta), *deportes ecuestres* (hípica y polo), *ciclismo*, *automovilismo*, *deportes náuticos* (natación, saltos, waterpolo, vela, remo, carreras de barcos a motor), *salvamento* y *socorrismo*, y *globos aerostáticos*. Según Arrechea (2011), esta ha sido la clasificación vigente casi hasta hoy, y aunque no descarta actualizaciones y variaciones con el transcurso del tiempo, plantea que no hay ninguna clasificación oficial más allá de la que lista el Comité Olímpico Internacional.

Sin embargo, el Département Sport (2017), perteneciente al Departamento de Misiones Olímpicas (Département Missions Olympiques), ha repartido los deportes en *deportes individuales/ deportes de equipo* y *deportes colectivos*; y *deportes de verano* y *deportes de invierno* (responde al período del año, la temporada en que se celebran) para simplificar la clasificación.

Una clasificación más amplia es la que propone la Revue EP&S (2022). En su propuesta reúne las actividades físicas y deportivas por grupos, diez en total: *Activités aquatiques*; *Activités artistiques*; *Activités athlétiques*; *Activités d'entretien et de forme*; *Activités d'éveil*; *Activités gymniques*; *Jeux et sports collectifs*; *Sports de combat Arts martiaux*; *Sports de nature, de roule et de glisse*; *Sports de raquettes, de crosse, de clubs, de boules*.

En varios de los grupos clasificatorios mencionados anteriormente, además de actividades físicas y deportivas, se incluyen manifestaciones artísticas y motrices, como danza, aeróbico, yoga, entre otros. Asimismo, se observa que algunas de estas categorías pueden tener más de una clasificación (ver Anexo 1).

Existe una gran variedad de clasificaciones del deporte, donde algunos autores (como Département Sport, 2017) simplifican reagrupando por los rasgos más generales, mientras que otros (como Revue EP&S, 2022) intentan una clasificación más detallada. Esto nos

permite tener una noción de la diversidad de actividades físicas y deportivas que pueden promoverse como estilo de vida saludable, específicamente entre adolescentes, quienes se encuentran en una edad que se interesa por explorar cosas diferentes y cuanto más variedad, mejor.

Dentro de la presente investigación tomamos la clasificación que expone Durand (1968). Si bien su propuesta no es la más reciente ni la más detallada, brinda los aspectos que son básicos para clasificar la actividad deportiva de la población adolescente en nuestro caso de estudio. Nos referimos a aspectos de la clasificación como *deportes individuales* y *deportes de equipo* o *colectivos*, siendo este último uno de los más populares entre adolescentes.

### **1.4.3. Ámbitos del deporte**

A pesar de los rasgos sociales del deporte, durante muchos años ha estado mayormente asociado a los profesionales de alto rendimiento. Esta concepción elitista ha provocado la existencia de una percepción sesgada del deporte, lejos del alcance de la población. Unos pocos como mucho hacían ejercicio físico.

Nuestra sociedad en el nuevo milenio está cambiando sus hábitos. Hoy día muchas personas escogen actividades deportivas en su tiempo libre o de ocio. Tendencia cada vez más popular, aun cuando las motivaciones pueden ser diversas, como espectadores o como deportistas. Por tanto, el deporte ha generado modas y modos de actuar de la gente. (Viadé, 2003, p. 27)

Las motivaciones por el deporte suelen ser múltiples, pero en su mayoría se identifican con los ámbitos de la práctica deportiva que define Albert Viadé: “deporte de competición, deporte de iniciación, deporte de ocio y deporte para hacer salud” (2003, p. 39).

#### **1.4.3.1. Deporte de competición**

El ámbito deportivo en general se rige por una serie de normativas, las cuales fundamentalmente determinan las características de la competición. En el deporte de competición se preparan para obtener galardones a nivel individual y/o colectivo, ya sea representando un país, una comunidad, una provincia, un municipio y/o una marca comercial.

Como bien afirma Viadé (2003), el objetivo es demostrar dominio de una técnica deportiva concreta al enfrentar a otros deportistas o a sí mismo, pues el deportista necesita mejorar sus capacidades. Hay una tendencia constante hacia la superación de la marca personal y/o del equipo.

El deporte de competición se mide por los resultados de sus participantes. De acuerdo con Puig y Heinemann (1991), asociado a metas claramente definidas en el ámbito de reglamentaciones perfectamente claras, el deporte busca conseguir ciertos logros en base a una preparación disciplinada y continua. Deporte como competitividad y orientación hacia una meta o logro. Sin embargo, dentro del deporte de competición o alto rendimiento los autores diferencian dos modelos: competitivo y espectáculo.

El primero, el modelo competitivo, es considerado por Puig y Heinemann (1991) como el heredero directo del deporte tradicional. De ahí sus correspondientes estructuras de valores y organizativas, y la orientación de sus objetivos para lograr la meta.

Mantiene, por tanto, una reglamentación estricta y universal para todos los participantes, una uniformidad de las estructuras de valores (*fair-play*, espíritu de equipo, experiencia de ganar o perder...), y una estructura organizativa fundamentada en el club (trabajo voluntario, estructura democrática decisoria, simbología propia...). Se orienta en su conjunto a la consecución de una meta y se legitima precisamente por logros alcanzados o que se pretenden alcanzar: una medalla, una victoria, la integración social de los marginados, la educación de la juventud... (Puig y Heinemann, 1991, pp. 126-127)

Es interesante cómo este modelo habla de logros tangibles (una medalla, una victoria) y de logros intangibles, expresados en valores sociales y personales (la integración social de los marginados y la educación de la juventud). También los autores reconocen la percepción existente sobre la realización de las personas a través de sus logros, fundamentalmente para jóvenes deportistas incluso del género femenino.

Concuerda con la ética del trabajo, con la idea que las personas se realizan por su proyección futura, por los logros alcanzados. Sigue siendo el coto para jóvenes deportistas pese a que, probablemente debido a la mayor penetración del deporte en la sociedad contemporánea, se ha extendido hacia otros

sectores sociales y ha incorporado a mayor número de mujeres jóvenes identificadas con los valores del modelo. (Puig y Heinemann, 1991, p. 127)

El segundo modelo, el denominado deporte espectáculo, si bien comparte el reglamento y las características generales del deporte tradicional, exige la profesionalización del atleta, que implica una alta remuneración según su rendimiento. De acuerdo con Puig y Heinemann (1991), en este caso la ley del deporte -regida por las leyes del mercado- obliga a los clubes profesionales a convertirse en sociedades anónimas, funcionando como cualquier empresa lucrativa.

...el modelo del deporte-espectáculo cuenta con una reglamentación estricta (reglamentos de federaciones, control antidoping, medidas contra la violencia en los estadios...) y un cuerpo de profesionales que se ocupan de su cumplimiento (jueces, árbitros, comités de disciplina...). Es un modelo orientado al *entertainment*... (Puig y Heinemann, 1991, p. 128)

A pesar de la propensión del deporte espectáculo hacia el entretenimiento, se distingue por su carácter lucrativo. No obstante, no se pueden eludir otros beneficios colaterales de dicho modelo:

...por impulsar el desarrollo de una ciudad o un país (el caso de los Juegos Olímpicos de Barcelona '92), por reconstruir identidades en áreas periféricas de grandes áreas metropolitanas (Callède, 1984; Puig; Burriel y col, 1990), por ensalzar las virtudes de un Estado (Cuba, los del antiguo bloque socialista...) o por la combinación de dos o más de estos argumentos. (Puig y Heinemann, 1991, p. 128)

El modelo de espectáculo también se caracteriza por un grupo de profesionales responsables del cumplimiento de las normativas. En este grupo juegan un papel fundamental: los jueces, los árbitros, los técnicos y los coordinadores deportivos, los entrenadores y/o los monitores.

El deporte espectáculo es cuestionado por su carente enfoque de salud. Según Puig y Heinemann, “las voces que claman por lo poco saludable que resulta el deporte asociado a la búsqueda de la *performance* -incluyendo en este contexto la problemática del doping- son cada vez más frecuentes” (1991, p. 128).

### **1.4.3.2. Deporte para la salud**

El deporte para la salud es muy recomendado por los profesionales de esta área para todas las edades. La actividad deportiva puede prevenir algunas enfermedades como la obesidad y el sobrepeso, y otras patologías cardiovasculares, así como puede disminuir comportamientos sedentarios. De ahí el marcado interés de este ámbito del deporte para nuestra investigación.

Si bien el concepto de salud traspasa el aspecto físico, no deja de ser importante cuidar la condición física, que repercute a su vez en el ámbito psicológico y social, y que puede ser un elemento decisivo en otros ámbitos de la vida.

Esos ámbitos abarcan lo físico (el entorno, la vivienda o el medio ambiente), lo social (seguridad e higiene en el trabajo, educación y asistencia sanitaria o equidad en la distribución de los recursos disponibles), los hábitos de vida (alimentación adecuada, ejercicio físico, consumo de tabaco y alcohol), el estado de salud (morbilidad, mortalidad, esperanza de vida), el sistema sanitario (recursos físicos y humanos, atención hospitalaria, seguridad social o investigación) y la salud percibida o autovaloración de la salud (OMS, 2007).

Los efectos positivos de la salud en todos esos ámbitos de la vida constituyen una de las motivaciones fundamentales para practicar actividades físicas y deportivas. Aun cuando, lograr una buena condición física, y por supuesto mantenerla, en ocasiones no es suficiente para hacer deportes, teniendo en cuenta que muchas personas se consideran saludables si no padecen de enfermedades crónicas.

No obstante, a partir de las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud se están llevando a cabo programas y estrategias para su cumplimiento, tanto a nivel internacional como nacional, con el objetivo de promover la importancia de la actividad física y deportiva para la salud. Estas recomendaciones nos competen a todas y a todos, y formar parte de esos proyectos de prevención es nuestra responsabilidad, pero también juega un rol relevante la familia, la escuela, la comunidad, las asociaciones, los clubes, el gobierno, etc.

### **1.4.3.3. Deporte y ocio**

La definición de ocio, del latín *otium*, según la RAE, tiene cuatro dimensiones: 1) Cesación del trabajo, inacción o total omisión de la actividad; 2) Tiempo libre de una persona; 3) Diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio, porque estas se toman regularmente por descanso de otras tareas; y 4) Obras de ingenio que alguien forma en los ratos que le dejan libres sus principales ocupaciones.

De este concepto retomamos las dimensiones de tiempo libre y diversión. Ambas dimensiones pueden ser aplicadas a la actividad deportiva, la cual puede ocupar el tiempo libre de las personas y también ser de diversión.

Sin embargo, entre los ciudadanos de las sociedades modernas hay una creciente tendencia hacia actividades de ocio relacionadas con las nuevas tecnologías. En general, la mayoría de la población prefiere hacer uso del teléfono móvil, ver la televisión, y/o estar con el ordenador o la consola, sobre todo los más jóvenes. Esta tendencia a un comportamiento sedentario se refleja de la misma forma en el territorio francés.

Es lamentable la excesiva adopción de tiempo de ocio sedentario en nuestras comunidades. No es dañino tener tiempo de descanso, de lectura, de ver televisión o de escuchar música, el problema está cuando son las únicas actividades o las que ocupan la mayor parte del tiempo libre.

El uso de las nuevas tecnologías está sustituyendo de manera progresiva una gran parte de las actividades de ocio. En este sentido, también se ve afectada la actividad física y deportiva como alternativa de ocio.

A pesar de su carácter competitivo, el deporte puede ser un espacio de diversión al cual dedicar el tiempo libre. La diferencia entre deporte de ocio y deporte de competición radica en el orden de preferencia, en el caso de ocio la competencia es solo un elemento más de la práctica deportiva (Viadé, 2003). El deporte de ocio potencia la diversión y el disfrute durante su práctica.

### **1.4.3.4. Deporte de iniciación**

La iniciación deportiva comprende el período de familiarización que tiene la persona con la actividad, comúnmente en edad escolar. Ese primer acercamiento al deporte implica conocer su clasificación, categorías, normativas, metodologías y técnicas.

Así comienza el proceso de educación en el deporte, que al mismo tiempo instruye al individuo sobre su condición física y mental. El deporte de iniciación pretende “formar al niño en sus capacidades básicas, necesarias para su desarrollo integral... aprender una habilidad motriz, refuerza el desarrollo muscular, la coordinación, el control de la respiración y el establecimiento de las relaciones sociales” (Viadé, 2003, p. 40).

Durante la edad escolar se puede mejorar el rendimiento deportivo y llegar a la competición de élite. No obstante, es necesario diferenciar el deporte de iniciación y el deporte de competición: “así como en el deporte de competición se pretende la mejora de la acción deportiva específica, en el de iniciación se debe pretender el aprendizaje de acciones deportivas diversificadas” (Viadé, 2003, p. 40).

El deporte de iniciación es una etapa formativa, delimitada esencialmente por la edad escolar. Por ende, niños, adolescentes y jóvenes pueden experimentar disímiles prácticas deportivas, evitando la especialización temprana.

En este sentido, se destaca otro elemento importante de la función educativa de la iniciación en el deporte. A través de la actividad deportiva la población escolar aprende a conocerse, sus fortalezas y debilidades, y conocer a los demás, poner en práctica las normas de convivencia y de interacción social.

#### **1.4.4. Deporte escolar**

La población escolar desarrolla actividades deportivas concernientes a su edad, su capacidad y estado físico. Para ello, dentro del sistema educativo se imparte la disciplina de Educación Física, *Education Physique et Sportive (EPS)* en francés, también bajo los términos de *éducation physique* o *éducation sportive*, que permite la enseñanza y aprendizaje de ejercicios físicos en las escuelas. Si bien esta disciplina es importante para la iniciación deportiva de los escolares, el presente estudio pretende profundizar su análisis en el conocido como deporte escolar, en francés *sport scolaire*.

En ambos casos se trabaja el deporte, y muchos de sus objetivos y metodologías aplicadas coinciden, e incluso suelen colaborar entre sí. No obstante, es a través del deporte escolar que logramos promover valores fuera del currículum educativo y que podemos reforzar la idea del deporte como estilo de vida saludable. Entonces, conozcamos un poco más sobre el deporte escolar.

#### 1.4.4.1. Concepto del deporte escolar

La actividad deportiva realizada durante la edad escolar es comúnmente denominada deporte escolar, deporte extraescolar, deporte extracurricular, deporte en edad escolar... En este caso, profundizaremos en el análisis de la terminología *deporte escolar* y *deporte en edad escolar*.

El deporte escolar se corresponde con el sistema de educación que agrupa niños, adolescentes y jóvenes en distintos niveles de enseñanza: Educación Infantil (*École Maternelle*), Educación Primaria (*École Élémentaire*), Educación Secundaria Obligatoria (*Collège*) y Bachillerato (*Lycée*). Como esta mirada abarca esencialmente la etapa educativa básica, también se debe tener en cuenta la influencia que reciben los escolares de sus principales espacios de socialización: la familia, la escuela y la comunidad.

Sin embargo, es necesario apuntar que dentro del fundamento jurídico (Loi n° 84-610 du 16 juillet 1984, Ordonnance n° 2000-549 du 15 juin 2000) del deporte escolar se hace referencia al deporte universitario, teniendo en cuenta que la universidad también constituye un nivel de enseñanza, aunque no sea obligatorio. De ahí la importancia del planteamiento de dicha ley para el sistema educativo general: “L’*éducation physique et sportive et le sport scolaire et universitaire contribuent à la rénovation du système éducatif, à la lutte contre l’échec scolaire et à la réduction des inégalités sociales et culturelles*” (art. 2- L. 121-5).

De acuerdo con Pérez Brunicardi (2010), existen diferentes modos de entender y de desarrollar el deporte escolar, afirmando que no es una realidad unívoca, sino que tiene diferentes caras, reconocibles por las finalidades que se esperan del mismo. Eso explica que además se hable de *sport à l’école*, identificado como “*une expression générique recouvrant un spectre très large d’activités physiques dans un cadre scolaire, écoles du premier degré ou établissements du second degré*” (Lecou, 2012, p. 8).

Razón por la cual, también se hace una distinción entre diferentes términos que suelen utilizarse:

- l’*activité physique d’un individu*,
- les *activités physiques sportives et artistiques (APSA) qui ont pour finalité de former un citoyen cultivé, lucide, autonome, physiquement et socialement éduqué*,



- l'éducation physique et sportive, enseignement obligatoire permettant à tout élève d'accéder à des compétences motrices au moyen de la pratique des activités physiques, sportives et artistiques,
- le sport scolaire, forme d'activité physique codifiée selon le mouvement sportif scolaire et offerte aux élèves volontaires,
- le sport, forme d'activité physique codifiée internationalement, s'exerçant dans un club en dehors du cadre scolaire. (Lecou, 2012, p. 8)

Si bien se mencionan algunos conceptos entorno a la actividad física y el deporte, centramos nuestro interés en el deporte escolar. Se define como una forma de actividad física que responde al movimiento deportivo del centro educativo y se imparte con aquellos alumnos voluntarios. En ello se refiere, principalmente, a la práctica deportiva que ofrecen las *Associations Sportives*.

En la revisión de las fuentes seleccionadas se muestra, por un lado, la tendencia de equiparar los conceptos *deporte escolar* y *deporte en edad escolar*, mientras por otro lado se diferencian. El deporte escolar suele asociarse sólo a la actividad física efectuada en clases de Educación Física y el deporte en edad escolar se limita a la práctica deportiva realizada fuera del horario educativo.

Ampliar la mirada semántica de ambos conceptos evita sesgos en sus definiciones. El deporte escolar se puede realizar tanto en horario curricular como extracurricular, de igual modo el deporte en edad escolar es un concepto que recoge todas aquellas actividades deportivas ofrecidas al niño dentro de un período temporal más o menos concreto (Moreno Hernández, 1998).

Asimismo, se puede decir que la actividad física y deportiva en edad escolar es:

... aquella práctica deportiva realizada por niños y niñas y por los y las jóvenes que están en edad escolar, formándose en las diferentes etapas del actual sistema educativo: infantil, primaria, secundaria obligatoria y post-obligatoria, tanto dentro como fuera de los centros escolares y una vez finalizado el horario lectivo. (Consejo Superior de Deportes, 2010, p. 73)

Este enfoque no contempla el horario curricular, prescinde de las actividades realizadas dentro de la escuela. Se percibe el interés existente en el uso y desarrollo de áreas recreativas, ya sea en centros docentes y/o deportivos. En ese sentido, se hace una

proyección hacia un sistema que pueda integrar las modalidades deportivas fomentadas en los centros escolares, el deporte convidado en clubes e instalaciones deportivas y otras actividades propuestas por entidades y asociaciones sociales.

Se ha hecho un intento por buscar la analogía entre ambos términos para llegar a un concepto más amplio. Entonces, Gómez y García definen *deporte escolar* y *deporte en edad escolar* como “toda actividad físico-deportiva realizada por niños y jóvenes en edad escolar, dentro y fuera del centro escolar, incluso la desarrollada en el ámbito de los clubes o de cualquier otra entidad pública o privada” (1993, p. 34).

Aunque Pérez Brunicardi (2010) apuesta por la relación semántica de los vocablos, acoge *deporte en edad escolar* como la expresión más abarcadora. Explica que este término alude a todas las formas de práctica deportiva por personas con edad de estar escolarizadas y apunta hacia un enfoque generacional del deporte, distinguiéndolo del deporte que realizan los adultos. En la misma línea, González Pascual plantea que “el deporte en edad escolar es la práctica deportiva realizada durante el periodo de escolarización obligatoria, diferenciándolo del deporte en edad adulta” (2012, p. 10).

Como podemos apreciar, en la mayoría de las definiciones abordadas se hace referencia a un deporte en edad escolar organizado para escolares y gestionado por un personal capacitado en un área deportiva. No se tiene en cuenta la actividad deportiva de chicas y chicos de diferentes edades que, aun en lugares precarios y con pocos recursos, desarrollan sus habilidades en el deporte bajo común acuerdo. Esto también lo denominamos *deporte en edad escolar*.

Por tanto, el presente estudio utilizará, sin distinción, *deporte escolar* y *deporte en edad escolar* para abordar el Programa de *les Associations Sportives Scolaires* (las Asociaciones Deportivas Escolares) de *Île-de-France*. Teniendo en cuenta que la práctica deportiva de sus miembros se desarrolla con una perspectiva educativa y en horario extracurricular, la planificación e implementación de las disciplinas deportivas del programa se gestionan a partir de la disponibilidad de los centros educativos y deportivos correspondientes.

En este caso, el deporte escolar hace referencia al deporte organizado por las escuelas y que se practica fuera de los horarios de clase (Camiré y Kendellen, 2016). Por tanto, como afirma Blázquez, el deporte escolar “se realiza durante el periodo escolar al margen de

las clases obligatorias de educación física y como complemento de ésta” (2010, p. 24). Eso explica que “el deporte en estas edades se puede realizar dentro y fuera de los centros escolares y lo ideal es que formara parte del proyecto educativo de los centros” (González, 2012, p. 11).

Llegamos entonces al punto clave de nuestro estudio, que se centra en el carácter educativo del deporte, mirando su potencial para la promoción de valores. De acuerdo con algunos autores (Águila y Casimiro, 2001; Consejo Superior de Deportes, 2010; Consejo Superior de Deportes y UNICEF España, 2010; Giménez-Fuentes Guerra, 2001; González, 2012; Sánchez-Alcaraz et al., 2016; Vázquez-Gómez, 2001a), la práctica deportiva desarrollada en horario curricular o extracurricular, en espacios docentes o deportivos, debe destacar, o destaca, su valor educativo.

De ahí también que se reconozca el deporte escolar como un elemento cultural, que a su vez tiene funciones educativas, sociales y de salud pública (UNSS, 2020). En este contexto se puede favorecer el aprendizaje de *good life habits*, donde la población adolescente obtiene las herramientas necesarias para convertirse en ciudadanos comprometidos con la sociedad (Camiré, Trudel y Forneris, 2009).

La Comunidad Europea ha manifestado su apoyo hacia el perfil educativo del deporte desde el 2004, declarado Año del Deporte Educativo. Por tanto, se han multiplicado las contribuciones en los países europeos a través de ayudas y subvenciones, que generalmente se otorgan a proyectos orientados hacia la función educativa del deporte.

Francia no es la excepción, pues años más tarde el deporte escolar pasa a formar parte de la política educativa del país. Al tener como objetivo el éxito, la responsabilidad, la salud y el bienestar de los estudiantes, así como complementar la educación física, se ofrece a todos la oportunidad de practicar actividades físicas y deportes en el marco de las asociaciones deportivas.

Le sport scolaire est une des composantes de la politique éducative de notre pays, au service de la réussite, de la responsabilisation, de la santé et du bien-être des élèves. En complément de l'enseignement de l'éducation physique et sportive (EPS), il offre à tous les élèves volontaires la possibilité de pratiquer des activités physiques et sportives dans le cadre de l'association sportive scolaire. (Bulletin officiel n°31 du 2 septembre 2010)

Cuando se hace referencia al carácter educativo del deporte, dirigimos nuestra mirada a la pedagogía y metodología empleadas durante su práctica para promover valores. Eso explica el planteamiento que dista del deporte espectáculo, no solo por su enfoque competitivo sino por la exigencia del máximo rendimiento de los atletas.

La máxima expresión del deporte educativo, según Valdés André (2009), se encuentra en la asignatura de Educación Física impartida en los colegios y los institutos. Dicha autora admite el perfil educativo del deporte tanto en la programación de las clases como en las actividades extraescolares realizadas dentro y fuera del centro escolar.

La base de todo deporte es el movimiento (expresado en técnicas). Sin embargo, el deporte educativo, para desarrollar habilidades y valores vitales como la gestión del tiempo, la autoeficacia, la responsabilidad, la comunicación, el liderazgo y la perseverancia (Camiré y Kendellen, 2016) centra su atención en la formación del sujeto que ejecuta el movimiento, quien efectúa el ejercicio físico. De ahí la existencia de un notable interés por el deportista y no tanto en el deporte.

Como bien explica Blázquez (2010), el deporte educativo debe facilitar el desarrollo de las aptitudes motrices y psicomotrices en relación con los componentes afectivos, cognitivos y sociales de la personalidad, considerando las diferentes etapas del ciclo de vida del individuo.

Por su naturaleza formativa, la escuela identifica la relevancia del deporte en la edad escolar. Si bien puede que se realicen algunos intentos por lograr la integración de la práctica deportiva en los programas generales de actividades escolares, el esfuerzo es insuficiente si no se aprovecha todo su potencial educativo.

De acuerdo con el investigador Rafael J. Hernández (s.f.), el deporte es educativo cuando participan todos los alumnos sin segregaciones por habilidad, sexo u otros criterios; en el marco de un programa de actividades con objetivos generales que tienen un fin pedagógico (capacidades cognitivas, de equilibrio personal, de relación interpersonal, de actuación e inserción social), donde se prioriza el enfoque educativo por encima de la competitividad-agresividad.

La escuela debe tener un papel protagónico en la promoción del deporte con sus estudiantes. Por esta razón, como apunta el *Ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse* (2022), el deporte escolar forma parte también de la *Journée Nationale du Sport*

*Scolaire* (JNSS), traducido Día Nacional del Deporte Escolar, que se celebra todos los años en septiembre, por lo general dentro de la Semana Europea del Deporte organizada por la Comisión Europea. El tema de la JNSS seleccionado para septiembre 2022 es la salud y la reanudación de la actividad física, lo cual se corresponde con nuestra línea de investigación.

Dentro del marco del deporte escolar existe una variada propuesta de actividades deportivas y el alumnado tiene la oportunidad de escoger aquellas que son de su interés. Asimismo, se pueden resaltar valores asociados al deporte y a la buena convivencia, como la amistad, el compañerismo, el trabajo en equipo, la disciplina, la diversión, la deportividad y el juego limpio. Para ello, es necesaria la contribución del profesor de Educación Física, quien debe desempeñar un rol de promotor deportivo en la escuela.

Durante el período de escolarización el deporte representa un instrumento educativo, mediante el cual se incrementa la capacidad de movimiento, se aprende a relacionarse con los demás y a respetar las reglas, a la vez que se induce al sujeto a la autosuperación (Hernández, s.f.). Nuestra investigación también se desarrolla en este eje y, a su vez, comparte la postura de Álamo (2004) que entiende el deporte escolar como una actividad deportiva con fin educativo, lo cual abre la posibilidad de potenciar el deporte como hábito saludable.

#### **1.4.4.2. Orígenes del deporte escolar**

La aparición del deporte escolar responde a una serie de condiciones que se fueron creando en la sociedad a finales del siglo XIX. Hablamos de una sociedad determinada por la industrialización, que a su vez denota el crecimiento urbano en los territorios. Esta situación, según Pérez Brunicardi (2010), favorece la creación de nuevos modos de ocupación del tiempo libre, destacando la práctica deportiva, en principio entre adultos de cierto estatus social, aunque posteriormente tuvo gran aceptación entre los jóvenes. El deporte se vuelve popular y se convierte en un fenómeno social (Calatayud, 2003; Elías y Dunning, 1992, en Pérez Brunicardi, 2010).

Por una parte, el descubrimiento del valor educativo del deporte facilita su integración en el currículo escolar, tanto en los centros públicos como privados, religiosos como laicos de la época. Eso explica que instituciones públicas y privadas adquirieran un compromiso con el desarrollo de la actividad física en edad escolar.

Por otra parte, el carácter competitivo del deporte se convierte en un elemento de motivación para atletas y aficionados. En el caso del deporte escolar la competición es adaptada en función de sus objetivos. Precisamente, “the organized, competitive, and interscholastic nature of high school sport is what differentiates it from other physical activities performed on school premises, such as intra-mural sport, physical education, and free play” (Camiré, 2014, p. 497).

Por ende, cuenta con requisitos clasificatorios según la modalidad y la categoría deportiva, ya sea en encuentros y/o competencias deportivas. Sin embargo, dentro del deporte escolar también se ha defendido una postura que evoca a la participación en juegos amistosos, donde lo importante es la experiencia entre amigos.

En este sentido, ha habido un marcado interés por la práctica deportiva, entendiendo su importancia en el desarrollo personal y colectivo del individuo. “La práctica de deportes son la más grande escuela de educación social. Además, facilitan la integración del individuo en la colectividad, desarrollan la iniciativa y son un modelo de disciplina objetiva” (Cuenca, 2004, p. 177, en Felipe, 2014, p. 68).

En cuanto a las nuevas tendencias francesas de la época, seguidas por figuras del ámbito educativo español como Giner de los Ríos y Manuel Bartolomé Cossío, representantes de la Institución Libre de Enseñanza (ILE), se destacan las ideas del pedagogo Pierre de Coubertin. Como dato interesante dentro del deporte internacional, según el periódico *Le Monde* (s.f.), en 1894 Coubertin organiza el Congreso de la Sorbonne con el objetivo de restablecer el movimiento Olímpico (*Jeux Olympiques*) de la era moderna y fundar el Comité Olímpico Internacional (Comité International Olympique), siendo el presidente de 1896 a 1925.

Pierre de Coubertin, influenciado por la cultura anglosajona, defiende y promueve fuertemente la introducción del deporte en los centros escolares franceses (*Le Monde*, s.f.), teniendo en cuenta la organización de juegos y ejercicios del cuerpo fuera de las aulas.

Como se puede apreciar, también se hacen los primeros intentos por llevar el deporte fuera del horario lectivo. Si bien, a su vez, comienza un período de relevancia del deporte dentro del horario lectivo dado a su impacto en el plan de estudios de algunos centros educativos.

En este sentido, autores como Martínez-Gorroño y Hernández-Álvarez (2014) y Felipe Maso (2014), explican la intención del pedagogo francés, Pierre de Coubertin, de introducir el juego deportivo como nueva forma de educar en los colegios. Se incursionó en una reforma educativa que tenía como motor o instrumento el deporte para involucrar a niños y jóvenes durante el proceso educativo en los centros escolares.

Por su parte, la educación fuera del aula y del horario lectivo representó otro gran adelanto de la época, facilitando la acción colaborativa entre profesores, estudiantes y la propia familia. Entonces, se elimina por primera vez la imagen estricta y distante entre el profesor y el alumnado, el profesor se convierte en alguien más que el transmisor de contenidos.

Sus fundadores hacían del aula un espacio secundario, buscaban el desarrollo de la actividad educativa en los que denominaban espacios al aire libre. Sin embargo, a pesar de considerar los espacios abiertos como ideales, también reconocían la imposibilidad de desarrollar la totalidad de la clase en esos lugares.

No obstante, según Felipe (2014), durante la experiencia en espacios al aire libre se podían inculcar valores como el amor a la naturaleza, el respeto por las normas, la amistad o el trabajo en equipo. De ahí el aprovechamiento del medio ambiente como recurso didáctico y posibilidad formativa a explotar.

Desde entonces se avizoran el papel educativo y los valores de la práctica deportiva, expresados incluso en la siguiente afirmación:

Va mucho más allá de lo puramente físico..., ya que ve en los juegos, deportes y ejercicios un medio de educación moral, de cultivar la disciplina, la iniciativa, la cooperación y especialmente el juego limpio [...] cuya comprensión nos hace ver que todo sirve para todo. (Martínez, 1985, p. 410)

Como se ha podido observar, el deporte y las actividades físicas al aire libre han sido eslabones esenciales en la evolución del sistema educativo francés. Las innovaciones e ideas, fundamentalmente de Pierre de Coubertin, han contribuido a entender la educación de otra manera. Entonces, es posible pensar en educar desde la integración de diversos contenidos, con intenciones educativas específicas, sin distinción de género. La idea es formar hombres y mujeres con valores personales que impacten y faciliten la convivencia en la sociedad.

#### **1.4.5. Práctica deportiva de adolescentes**

Es cierto que la actividad física disminuye de manera considerable durante la transición de la infancia a la adolescencia, mientras que el sedentarismo aumenta (Saidi, 2020). Sin embargo, se reconocen los diferentes proyectos desarrollados, a nivel escolar, comunitario u otro, para incentivar la actividad física y deportiva. Dentro de los proyectos deportivos extraescolares podemos destacar el programa de las *Associations Sportives*, parte de nuestro objeto de estudio, sin menospreciar otros de repercusión social como el programa *Sport de Proximité* (ver epígrafe 1.5.3).

De acuerdo con el estudio de UNICEF France (2021), los niños y adolescentes franceses, entre 6 y 18 años, también realizan más actividades cotidianas en los alrededores de sus casas a lo largo del año; y de ellos, el 86,2%, independientemente de su género o situación familiar, están satisfechos con las instalaciones y su seguridad, para montar en bicicleta, patinar, andar en patinete o patines.

Para fomentar dichas actividades físicas y deportivas, y específicamente el deporte escolar, es importante identificar las propias motivaciones de la población adolescente. Aunque en nuestro caso de estudio se analizan las motivaciones compartidas por adolescentes, resulta interesante hacerse una representación a nivel internacional, tomando como referencia algunos datos puntuales de España, Italia, Francia y Portugal, presentados por Fraile y De Diego (2006).

Dentro de la investigación de Fraile y De Diego (2006), los escolares de esos cuatro países coinciden en que el deporte escolar es beneficioso para la salud, lo cual representa un valor de 1,5 en escala de 1 a 5 (donde el máximo acuerdo es 1), siendo esta su principal motivación. En cuanto al aspecto competitivo y recreativo, el deporte escolar se considera más orientado hacia la recreación (nivel 2) que hacia la competición (nivel 3,1), expresando su preferencia por el disfrute y la diversión a través de las actividades deportivas. Otra de sus motivaciones principales para participar en el deporte escolar es estar con sus amigos (nivel 2,26), la amistad.

En cuanto a la práctica deportiva de adolescentes en general, nos basamos en el estudio llevado a cabo por Vanhelst et al. (2014), en la región *Île-de-France* (donde está situado el instituto objeto de nuestra investigación), con adolescentes de 11 a 15 años (edades con



las cuales trabajamos en la presente investigación). Debido a la referencia teórica que representa dicho estudio para nuestra investigación, citamos algunos datos interesantes.

Uno de los datos más inquietantes, que muestra Vanhelst et al. (2014) en sus resultados, es el porcentaje de adolescentes con riesgo de desarrollar una enfermedad cardiovascular en la edad adulta: los chicos en un 15,3% y las chicas en un 10,2%. Este riesgo reafirma, retomando a Ortega et al. (2008), que la condición física durante la infancia o la adolescencia ayuda a predecir el estado de salud en la edad adulta.

A pesar de que los chicos presentan mayor probabilidad de adquirir enfermedades cardiovasculares en la edad adulta, son quienes tienen mejor condición física. Asimismo, los adolescentes con un alto nivel socioeconómico cuentan con una mejor condición física que aquellos adolescentes que poseen un nivel socioeconómico más modesto. En general, como bien resume Vanhelst et al., “la condition physique des adolescents de la région Île-de-France est généralement faible comparée aux normes européennes existantes” (2014, p. 95).

Si bien la pesquisa de Vanhelst et al. (2014) no indaga sobre las causas específicas por las cuales se carece de una buena condición física, se asocia fundamentalmente a la obesidad y al bajo nivel socioeconómico. Es por ello que, entre sus recomendaciones, señala la necesidad de desarrollar programas relacionados con la actividad física y la educación para la salud en el ámbito escolar.

En esa misma línea, podemos ubicar nuestra investigación, ya que se pretende incentivar el deporte escolar, con sus valores incluidos, como un estilo de vida saludable entre la población adolescente. Por lo tanto, a continuación, profundizamos en el tema deporte y valores en la adolescencia.

#### **1.4.6. Deporte y valores clave en la adolescencia**

La relación entre el deporte y los valores se reconoce tanto a nivel teórico como a nivel práctico. El deporte en sí mismo encierra una serie de valores, los cuales trataremos más adelante, que pueden tener un enfoque positivo o negativo según sean abordados, si bien no necesariamente suelen ser trabajados de forma intencionada durante la práctica deportiva.

En el desarrollo de los encuentros y/o competiciones deportivas pueden ser perceptibles tanto valores positivos como negativos. En la mayoría de los casos, la jerarquía de valores depende fundamentalmente del tipo de competición, si es de carácter profesional o no, clasificatorio o eliminatorio; el tipo de deporte y la categoría en cuestión. De ahí la importancia de profundizar en los valores.

#### **1.4.6.1. Hablemos de valores: un tema necesario hoy**

Para hablar del concepto valor debemos comenzar diciendo que es uno de los principales estudios desarrollados por disciplinas como la filosofía, la psicología, la sociología y la educación (Akbaba-Altun, 2003; Blanchard y O'Connor, 1998; Schwartz, 1992). Sin lugar a duda, existen muchas definiciones y teorías entorno a los valores, pero nos centraremos en las definiciones más relevantes para nuestro estudio.

En primer lugar, se define el valor como una cualidad, que puede ser real o ideal, deseada o deseable por su bondad, y su fuerza encauza la vida humana (Gervilla, 1993). Por tanto, esta cualidad va a tener un impacto en la vida de cada individuo.

En segundo lugar, se sigue viendo el valor como una cualidad, pero en este caso desde la relación sujeto-objeto. De ahí que la cualidad (el valor) surge del encuentro del sujeto con el objeto, que a su vez responde a la necesidad del primero y que puede despertar o no un interés de su parte. Como bien lo explican estos autores a continuación:

El valor es una cualidad que surge de la reacción de un sujeto frente a las propiedades que se hallan en un objeto. (Fronzizi, 1958, p. 113)

Valor es una cualidad abstracta y secundaria de un objeto consistente en que, al satisfacer la necesidad de un sujeto, suscita en éste un interés (o una aversión) por dicho objeto. (Quintana, 1998, p. 135)

En tercer lugar, se habla del valor desde una perspectiva social, donde el valor se emplea en la interacción con el otro. En este sentido, también se hace alusión a la creencia de que una conducta específica es preferible a otra que es opuesta o contradictoria. Los siguientes autores comparten estos rasgos de los valores:

Los valores son la dimensión prescriptiva que toda presentación cognitiva lleva implícita y que el individuo utiliza cotidianamente como marco de referencia de su interacción con los demás. (Garzón y Garcés, 1989, p. 367)

...an enduring belief that a specific mode of conduct or end-state of existence is personally or socially preferable to an opposite or converse mode of conduct or end-state of existence. (Rokeach, 1973, p. 5)

Por último, teniendo en cuenta los rasgos anteriores de las definiciones de los valores, y de acuerdo con Puig (1995), podemos afirmar que “los valores surgen en la relación que una subjetividad personal traba con ciertos elementos de la realidad natural y humana” (p. 123). Entonces, “entendemos los valores como propiedades de la realidad que no son ni enteramente subjetivas ni enteramente objetivas, sino que surgen gracias a la relación sociohistóricamente situada que se da entre los hombres y la realidad que los rodea” (Puig, 1995, p. 123).

Siguiendo esta misma línea, el valor se concibe como “un principio normativo que preside y regula el comportamiento de las personas en cualquier situación y momento; es algo emocional que alcanza lo racional, como creencia y convicción que guía la existencia humana” (Consejo Superior de Deportes y UNICEF España, 2010, p. 10).

Además, se puede afirmar que “une valeur est une qualité humaine à laquelle nous attribuons de l'importance. Nous l'exprimons dans ce que nous pensons, disons et faisons et nous la reconnaissons dans ce que les autres disent et font” (De Ciantis y Hyatt (s.f.); en *Observatoire des valeurs*, 2022). Es decir, el valor es una cualidad humana importante para nosotros, el cual expresamos con nuestras palabras y acciones y el cual reconocemos en las palabras y acciones de los demás.

Resumiendo, los valores se consideran como una serie de creencias, pautas, referentes y/o abstracciones que inciden en el comportamiento humano. Según Allport (1961), no solo guían el comportamiento, sino también la actitud y las ideas de los individuos y las sociedades. Por tanto, los valores pueden contribuir a la transformación social de la mano con la realización personal, puesto que también son determinantes de la conducta individual y grupal de cada sujeto.

La aprehensión de los valores pasa por un proceso dinámico, que se divide entre la teoría y la práctica, donde la gente adopta, o no, los códigos y normas de conducta de la sociedad. Hay una gran diferencia entre conocer los valores y sus definiciones, y mostrarlos en la vida diaria. Es por ello que nuestra investigación pretende mostrar de

forma práctica, mediante una propuesta comunicativa de adolescente a adolescente, valores del deporte escolar que son significativos para la adolescencia.

#### **1.4.6.2. Valores del deporte escolar**

Algunos autores (Álamo, 2004; Hernández, s.f.) también reconocen el valor del deporte como un medio educativo o su actividad con un fin educativo, sobre todo en la etapa escolar. Argumentan que el deporte desarrolla la capacidad de movimiento, habitúa a la relación con los demás y a la aceptación de las reglas, a la vez que estimula la superación del sujeto.

La finalidad educativa del deporte se basa principalmente en los valores sociales que se le atribuyen, relacionados con la formación y desarrollo de la personalidad y con la vida social del individuo. Sin embargo, educar en valores no es un rasgo que se desarrolle de manera natural con la práctica deportiva, sino se debe trabajar de forma intencionada en una relación positiva (Contreras, 2006; Gutiérrez, 1995; Monjas, Ponce y Gea, 2015; Velázquez, 2007).

En consecuencia, existen discusiones sobre los valores reales que promueve el deporte, negando en ocasiones su enfoque ético y su validez para la formación del carácter (Cruz, 2003; Gutiérrez, 1994; Sánchez, 2001; en Gutiérrez et al., 2010). Cada vez más, el deporte demanda competición: la meta es ganar a cualquier precio. Esta presión también alcanza a niños y jóvenes deportistas, representando un cambio significativo de valores (De Knop, 1993; en Gutiérrez et al., 2010), esencialmente con el declive de la deportividad en las competiciones escolares (Bredemeir y Shields, 1996; Guivernau y Duda, 2002; en Gutiérrez et al., 2010).

Es necesario recuperar como principios del deporte escolar la promoción de la salud y la educación en valores (Gutiérrez et al., 2010). Varios investigadores (Contreras, De la Torre y Velázquez, 2001; Cruz, 2004; Gutiérrez, 2000; en Gutiérrez et al., 2010) abogan por un deporte escolar que pretenda la formación moral y social, y favorezca la adquisición de hábitos deportivos y estilos de vida saludables, perdurables en la vida adulta. Para ello, deben promocionarse a través de la práctica deportiva valores sociales y personales como los que propone Gutiérrez (1995), también destacados por la mayoría de los autores (ver Tabla 5).

**Tabla 5. Valores sociales y personales**

Valores sociales		Valores personales	
participación de todos respeto cooperación relación social amistad pertenencia a un grupo competitividad trabajo en equipo	expresión de sentimientos responsabilidad social convivencia lucha por la igualdad compañerismo justicia preocupación por los demás cohesión de grupo	habilidad creatividad diversión reto personal autodisciplina autoconocimiento mejora de la salud logro aventura y riesgo deportividad y juego limpio (honestidad)	espíritu de sacrificio perseverancia autodominio reconocimiento social humildad obediencia imparcialidad autorrealización autoexpresión

**Fuente:** Elaboración personal a partir de Gutiérrez (1995).

Un aspecto determinante para la promoción de valores es el enfoque de los diferentes agentes involucrados con la actividad: gestores, padres, madres y/o tutores, y sobre todo el rol del educador responsable, siendo este último el agente clave en la transmisión de valores (Monjas, Ponce y Gea, 2013 y 2015). Partiendo de que la exposición actual del deporte en general no favorece su función educativa, es fundamental el contexto (familia, consumo deportivo, amigos...) y los recursos de los entrenadores/educadores del deporte de iniciación (Ginesta, 2007).

En este sentido, es preciso que dichos agentes, tanto en horario escolar como extraescolar, aprovechen los eventos deportivos para completar la formación integral de chicos y chicas. Para ello, se debe entender que lo más importante, como bien expresó Pierre de Coubertin el 24 de julio de 1908, es dar lo mejor y aprender de las experiencias en cada encuentro deportivo: “L’important dans la vie ce n’est pas le triomphe mais le combat ; l’essentiel ce n’est pas d’avoir vaincu mais de s’être bien battu” (Le Monde, s.f.).

En este punto debe tenerse en cuenta que, con independencia del programa de deporte donde participen, una vez fuera del área de entrenamiento, los escolares consumen eventos deportivos en directo o mediatizados. Entonces, según Ginesta (2007), no se puede desvincular el programa formativo del deporte de iniciación de los eventos deportivos que consumen.

Se trata, como bien plantea García Matilla, de abrir “el debate sobre cómo utilizar los actuales recursos de ocio y espectáculo que motivan a grandes masas para recuperar un espíritu más crítico entre todos los sectores sociales” (2001, p. 58). Educar a los más jóvenes en la reflexión y en la mirada crítica sobre el desenvolvimiento de un juego

deportivo o el comportamiento de los deportistas participantes, así como en los valores asociados a cada deporte.

Hay valores del deporte que necesariamente el atleta debe asumir para obtener la victoria y que deben ser trabajados en cada uno de los espacios deportivos. Hablamos de perseverancia, disciplina, responsabilidad, amistad, solidaridad, trabajo en equipo, justicia, deportividad y juego limpio, entre otros. A esto también hizo referencia Pierre de Coubertin, bajo el seudónimo de Georges Hohrod:

La vie est simple parce que la lutte est simple. Le bon lutteur recule, il n'abandonne point ; il fléchit, il ne renonce pas. Si l'impossible se lève devant lui, il se détourne et va plus loin. Si le souffle lui manque, il se repose et attend. S'il est mis hors de combat, il encourage ses frères de sa parole et de sa présence. Et quand bien même tout croule autour de lui, le désespoir ne rentre pas en lui.

La vie est solidaire parce que la lutte est solidaire. De ma victoire dépendent d'autres victoires dont je ne saurais jamais les heures ni les circonstances et ma défaite entraîne d'autres dont les conséquences vont se perdre dans l'abîme des responsabilités cachées. L'homme qui était devant moi a atteint, vers le soir, le lieu d'où je suis parti ce matin et celui qui vient derrière profitera du péril que j'écarte ou des embûches que je signale.

La vie est belle parce que la lutte est belle – non la lutte ensanglantée, fruit de la tyrannie et de ses passions mauvaises, celles qu'entraînent l'ignorance et la routine – mais la sainte lutte des âmes cherchant la vérité, la lumière et la justice. (1902, p. 321-322)

#### **1.4.6.3. Valores en la adolescencia**

Tras el análisis de los valores en el deporte escolar, estimamos pertinente adentrarnos en los valores que suelen distinguir a los y las adolescentes. En este acápite centraremos la mirada en aquellos valores que se manifiestan con mayor regularidad en la adolescencia.

Aun cuando no existe un patrón de conducta generalizado en la población adolescente, se ha advertido sobre la complejidad de su proceso evolutivo, tanto psicológico como social. En este sentido, “el adolescente va formando de esta manera su autoconcepto y su

autoestima, y lo hace asumiendo creencias, actitudes y valores” (Pintor y Pecharromán, 2010, p. 37).

Durante la etapa adolescente se experimenta una aprehensión de valores y actitudes que posteriormente determinan el estilo de vida del individuo y su socialización. Pero centrémonos en los valores.

Si tomamos como referencia el estudio de valores de adolescentes franceses, entre 11 y 15 años, de finales del siglo XX, que propone Meyer (1988), podemos observar valores escolares y no escolares, diferenciando el espacio escolar y familiar. En este marco, los valores más importantes para los adolescentes son aquellos que conducen “à la réussite, au bonheur, à la santé morale et physique, à l’autonomie et aux bonnes relations familiales et sociales” (Meyer, 1988, p. 85). Del mismo modo, esos adolescentes manifiestan su necesidad de independencia del adulto, aunque para ello deban asumir conductas y actitudes de desobediencia y falta de sumisión. Esto no difiere demasiado en nuestros días, puesto que son valores, como bien plantea dicho autor, que a menudo corresponden a las características personales del adolescente.

Actualmente los valores siguen siendo un tema que se enseña en el seno de la familia y en las escuelas. Desde edades tempranas, tanto los padres como familiares cercanos comienzan a inculcar al niño una serie de valores que se consideran parte de lo que llamamos: una buena educación. Dentro de la familia es importante mostrar valores como el respeto (esencialmente hacia el adulto), la obediencia, la sinceridad, la honestidad, la honradez (no robar), la responsabilidad (fundamentalmente con la escuela), y la solidaridad (ayudar y compartir con el otro). Lo interesante es que estos valores se enseñan y se aprenden en la práctica, en el desarrollo espontáneo de las actividades cotidianas.

La enseñanza teórica de los valores se imparte en las escuelas principalmente, siendo el profesor su principal responsable. Al igual que en la familia, en el centro escolar se trabajan valores que deben llevarse a la práctica en los procesos de integración y socialización del estudiante. Nos referimos a la disciplina, el autocontrol/autodominio, el compañerismo y el trabajo en equipo, aunque pudiéramos citar otros.

De hecho, si ponemos como ejemplo la educación secundaria, los valores suelen tratarse en asignaturas específicas, que pueden denominarse: Enseignement moral et civique en

el caso de Francia (Web *Ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse*, 2022), o Educación en Valores Cívicos y Éticos, en España (Educagob, 2022). Si bien el tema además se trabaja en la práctica, con mayor o menor intencionalidad, en los diferentes espacios de intercambio escolares: descansos, tiempos de estudio o de juego, biblioteca, actividades grupales, salidas y/o visitas coordinadas al exterior, entre otros.

En el marco de la socialización también existen valores que suelen asimilarse, sobre todo, dentro del grupo de iguales. Por lo general, los adolescentes que pertenecen a un mismo grupo comparten los mismos valores e intereses. Por ejemplo, se pueden identificar valores como la amistad y la diversión, así como su interés por pertenecer a un grupo.

La pertenencia a un grupo y la fidelidad con el mismo en la adolescencia se vuelven determinantes para establecer la jerarquía de valores. La mayoría de adolescentes posicionan en primer lugar los valores compartidos con sus iguales, los mismos valores que los unen y que contribuyen a la construcción de su identidad, tanto personal como grupal.

Precisamente en la construcción de su identidad, la población adolescente efectúa una búsqueda constante de la libertad, la independencia, la igualdad y la justicia. Esto explica el conflicto generacional entre adolescentes y adultos, donde el primero quiere dirigir su vida y tomar sus propias decisiones; mientras el segundo tiene una posición de autoridad y responsabilidad con el menor que muchas veces no le permite colegiar o dar explicaciones de sus decisiones y, lamentablemente, mucho menos disponerse a la escucha.

El problema de la escucha también lo encontramos en el adolescente, quien pretende hacer su voluntad sin escuchar al adulto y sin tener en cuenta su opinión. Situación que aleja uno del otro y que hace al menor refugiarse entre sus coetáneos, aun cuando suele ser difícil encontrar su grupo de pertenencia.

De ahí la ventaja de utilizar las redes existentes entre adolescentes para hacerles llegar un mensaje. El mensaje transmitido de un adulto a un adolescente no tiene el mismo efecto que el que transmite un adolescente a otro. En este último caso, de adolescente a adolescente, existe una actitud mucho más receptiva.

Eso explica que desde la mirada generalizada (en ocasiones resultado de investigaciones, o expuesta abiertamente en las secciones de opiniones de medios y en espacios informales



de intercambio) de aquellos que interactúan con adolescentes; ya sean familiares, educadores u otros, se señalen valores carentes o, según Sánchez Mendías (2005), difíciles de observar en el comportamiento de la población adolescente, como el respeto, la sinceridad, la honestidad, la bondad, la igualdad, la generosidad, el compromiso, etc. Entonces, debido a su importancia en los espacios de convivencia y en el proceso de socialización del adolescente, en el presente estudio también se pretende promover valores.

Definitivamente, la adolescencia es una etapa compleja del desarrollo humano, pero debemos aprender a trabajar con sus particularidades. Por ende, es importante reforzar las potencialidades del adolescente, bien con el desarrollo de proyectos de su interés, o bien con la creación de diferentes espacios que le permitan ser protagonista y tener una incidencia positiva sobre sus coetáneos.

De esta manera, se evitan los conflictos generacionales provocados por la transgresión del adulto que el adolescente siente que se ha cometido contra su “moral autónoma”, término empleado por algunos autores a saber de Sánchez y González (2004). Por lo general, la población adolescente tiende a reproducir las relaciones y los comportamientos de los adultos, con lo cual se empiezan a ver a sí mismos como adultos y esto hace más notorio el problema de desobediencia y rebeldía, acentuando la brecha de la comunicación.

Dada la funcionalidad de su sistema de relaciones, sobre todo en grupo, se estima oportuno desarrollar una propuesta comunicativa de adolescente a adolescente, donde también se promuevan valores, pues como grupo de iguales que comparte los mismos códigos e intereses, los mensajes intercambiados suelen tener mayor efectividad y receptividad.

La propuesta comunicativa requiere la participación activa y protagónica de la población adolescente. Esto se explica, como bien argumenta la OMS (2014), en que para dar respuesta a las necesidades del adolescente primero él debe ser escuchado, facilitando su participación en todo el proceso, debido a que es un agente de cambio social que influye sobre su propia salud, la de su familia y comunidades.

## **1.5. Educación y Comunicación para el cambio social**

Los estudios sobre el paradigma de Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) se introducen en la academia a principios del siglo XXI, siendo todavía novedoso e insuficiente el abordaje desde esta perspectiva comunicativa. Aun cuando tiene sus orígenes en la Teoría de la Modernización (pensamiento de mediados del siglo XX, tras la Segunda Guerra Mundial), se puede apreciar la construcción de un nuevo modelo, integrando la perspectiva crítica y la interdependencia, por lo que se suprime el concepto desarrollo y queda, por ahora, como Comunicación para el Cambio Social.

En esta misma línea, tenemos el marco de los procesos de Educación Popular de América Latina. Estos procesos educativos han sido principalmente propulsados por el educador brasileño Paulo Freire y “sus llamados a combatir la desigualdad, transformar la sociedad y defender el diálogo” (Jiménez-Martínez, Tufte y Suzina, 2020, p. 18).

Actualmente, se puede reconocer el impacto de la obra que ha legado Freire, en pos del empoderamiento de los educandos como recurso de transformación social e individual. En este sentido, de acuerdo con Jiménez-Martínez, Tufte y Suzina, “la educación es para Freire un componente central de cambio social, debido a su rol en la producción, reproducción y/o transformación de las estructuras cognitivas de cualquier grupo humano. Se trata por lo tanto de un proceso principalmente colectivo” (2020, p. 19). Precisamente, estas ideas de Freire han logrado ensanchar espacios de participación cívica e inspirar procesos de comunicación participativa en Brasil y en todo el mundo, como bien apuntan dichos autores.

Entonces, a diferencia de la tendencia modernista, que se basa en la imposición de soluciones y/o alternativas como única forma de desarrollo para una comunidad, la Educación Popular, junto al paradigma de Comunicación para el Cambio Social, pretenden facilitar la participación de los sujetos implicados en el proceso de transformación. Dado que nuestra tesis se enmarca en este enfoque participativo, en el siguiente apartado proponemos un recorrido por los orígenes y conceptos de este paradigma de comunicación, estableciendo a su vez el marco conceptual de nuestra investigación.

### **1.5.1. Conociendo el paradigma. Pilares fundamentales**

La teoría modernista dio lugar a la Comunicación para el Desarrollo, pues por el momento histórico que se vivía, después de la II Guerra Mundial, la proyección era lograr la colaboración internacional para ayudar a los países en vías de desarrollo en su progreso. Entonces el modo de hacer, según la visión modernista, estaba determinado por la intervención externa con el apoyo de los medios de comunicación.

Sin embargo, la Comunicación para el Desarrollo se aborda desde una posición más radical en América Latina, que se manifiesta principalmente en la década de los 60. Desde el pensamiento de Beltrán, Díaz Bordenave, Freire, Marqués de Melo y Kaplún se potencia una corriente comunicativa “más justa, más social, más participativa” (Chaves, 2012, p.16).

En un principio, se vincula fundamentalmente con los movimientos emancipadores de la región, ya fuesen sociales o políticos de carácter reformista o revolucionario frente a la dominación de las oligarquías locales o la dependencia estructural del continente (Barranquero, s.f., en Chaves, 2012).

Los medios alternativos y comunitarios se vuelven herramientas decisivas dentro del enfoque latinoamericano, puesto que evocan a la concientización y defensa de la causa del territorio en materia de Educación Popular. Como ejemplos relevantes tenemos: “radios mineras en Bolivia, experiencias de educomunicación de Paolo Freire en Brasil o en Chile, radio-escuelas como Sutatenza- Acción Cultural Popular (ACPO) en Colombia o las propuestas de radio-educativa de Mario Kaplún, que tuvieron incidencia en varios países de América Latina” (Barranquero, s.f., en Chaves, 2012, p. 46).

La Educación Popular emerge en medio del movimiento social brasileño de los años 1960 y constituye una “herramienta formadora de clase y en franca confrontación con el modelo de educación ya existente” (Gentil y Alcasar, 2021, p. 391). Para ello, fue significativo el impulso que dieron los estudiantes, los sindicatos y las asociaciones de campesinos, en su búsqueda de cambios para mejorar sus condiciones de vida (Gentil y Alcasar, 2021).

Como máximo exponente de la Educación Popular en América Latina, Paulo Freire expone una nueva mirada de la educación totalmente alejada de la institución educativa

tradicional, lo que actualmente representa una de las pedagogías alternativas más reconocidas a nivel mundial.

La Educación Popular es un movimiento pedagógico de carácter crítico que busca el cambio y la mejora social (Freire, 2009), a través de procesos de enseñanza-aprendizaje participativos y de inclusión. En este sentido, es necesario “saber que enseñar no es transferir conocimiento, sino crear las posibilidades para su propia producción o construcción” (Freire, 1997, p. 47). Esto lleva a contextualizar la enseñanza no sólo a través de la dinámica del aula, sino que también requiere trasladar al alumno al entorno que le rodea.

Con los años 80 llega una nueva percepción del progreso, donde se consiente la participación de las comunidades implicadas en los proyectos y programas que se pretenden realizar. De ahí el giro de la acción comunicativa hacia métodos horizontales y multidireccionales, que hacen protagonistas a los miembros de esas comunidades de su propio progreso y bienestar.

Un ejemplo del impacto de la Educación Popular en América Latina es el proyecto audiovisual comunitario producido por la Televisión Serrana en Cuba. La producción de video-cartas realizadas por niños y niñas de la comunidad Media Luna, perteneciente a la Sierra Maestra, una de las zonas rurales más retiradas y de difícil acceso de la isla caribeña; se vuelve un medio de comunicación importante para transmitir mensajes a niños de otras comunidades. Mediante sus video-cartas, los niños no solo comparten sus actividades cotidianas y sus estilos de vida, sino que aprenden participando activamente y con un rol protagónico en la creación y realización de los audiovisuales.

Como bien se observa, el audiovisual se vuelve una herramienta de educación y comunicación participativa, y podemos decir también para el cambio social. La posición de los implicados es completamente transformada, pasan de pasivos a activos, puesto que en este caso el audiovisual, como soporte de comunicación, brinda la oportunidad a los más pequeños de contar su propia historia, siendo los portavoces de su comunidad.

El axioma de la Comunicación para el Desarrollo dentro de las comunidades comienza a favorecer su propio reconocimiento y popularidad a nivel internacional. De hecho, a finales de los años 90, la Asamblea General de las Naciones Unidas admite la necesidad de secundar y conceptualizar la *Comunicación para el Desarrollo* como “los sistemas de

comunicación recíproca que propicien el diálogo y permitan que las comunidades se manifiesten, expresen sus aspiraciones e intereses y participen en las decisiones relacionadas con su desarrollo” (art. 6, RES 51/172).

Por su parte, algunos autores conocedores del campo empiezan el abordaje desde el término “comunicación para el cambio social, o lo que es lo mismo, una concepción estrictamente dialógica, participativa y comunitaria del proceso comunicativo, alejada de los enfoques modernizadores y funcionalistas del pasado” (Barranquero, s.f., en Chaves, 2012, p. 48).

La llegada del nuevo milenio vislumbra cierta polémica entre las terminologías *Comunicación para el Desarrollo* y *Comunicación para el Cambio Social*. Si bien el aporte de los estudios de dichas corrientes alternativas de comunicación se ha enfocado, principalmente, en los países del Sur y se ha abarcado desde el ámbito institucional de agencias de cooperación y de organizaciones no gubernamentales (ONG), en los últimos años este campo se ha extendido hacia un enfoque menos institucional que comprende también países del Norte (Barranquero y Treré, 2020).

La mirada de la *Comunicación para el Cambio Social* ha abierto un espacio a la participación, desde el cual se procura hacer cambios de impacto social, con y para los sujetos implicados. Entonces, se destaca el carácter integrador de la comunicación que va más allá de un interés por el desarrollo económico.

Creemos en la comunicación como proceso y como estrategia vertebradora de la sociedad. Una comunicación que contribuya a una sociedad más justa socialmente, que sea horizontal y participativa. Que sea para un desarrollo no economicista, para un cambio social dirigido a la comunidad, para un empoderamiento en el acceso y el uso del proceso comunicacional. ¿Una utopía? No, un objetivo. Porque otra comunicación es posible. (Chaves, 2012, p.14)

Desde el paradigma participativo otra comunicación es posible. Como bien alega Tufte (2015), dicho paradigma tiene sus pilares en la teoría de la comunicación dialógica y la pedagogía liberadora de Paulo Freire. Aboga por una práctica de comunicación alternativa fundamentada en el diálogo, como destreza que posibilita a la comunidad ser asesorada en los procesos participativos para conseguir sus metas de empoderamiento.

Cuando Freire habla de comunicación dialógica se refiere a “evitar la acción sin reflexión, a fin de no caer en el mero activismo, y en prescindir también de la reflexión sin acción, que se reduciría al mero verbalismo” (Freire, 1996, en Tufte, 2015, p. 216). Eso explica el reclamo de muchos movimientos sociales de su época a ser considerados en pos de sus derechos como ciudadanos, logrando cambios sociales y políticos importantes.

Hoy día es notable la apertura de los medios de comunicación a los ciudadanos, quienes hacen mayor uso de los medios digitales para formar parte de los procesos de cambios en la sociedad. Precisamente en los medios, de acuerdo con Thomas Tufte, los jóvenes simbolizan la invención y la originalidad porque “son la generación de actores y (futuros) ciudadanos crecientemente expuestos al uso de los medios y las tecnologías de la información tanto para el entretenimiento como para la información, para el entramado de redes sociales y la movilización, y para compartir conocimientos” (2015, p. 159).

Los medios digitales, particularmente las redes sociales, han incidido en el desarrollo del campo de la Comunicación para el Cambio Social. En gran medida, se debe a su capacidad liberadora para la participación en los procesos de comunicación dialógica que pueden impulsar (Tufte, 2015). Esto se muestra en la posibilidad que tienen los individuos de producir contenidos y en la existencia de una mayor libertad creativa.

La Comunicación para el Cambio Social como proceso proporciona herramientas y estrategias comunicativas a un grupo empoderado (agente de cambio) con la finalidad de modificar el comportamiento y/o la práctica del grupo y/u otro grupo (grupo objetivo).

Es posible comunicar para el desarrollo y el cambio social sólo si se comprende su carácter educativo, aludiendo a “una comunicación que forma, que construye espacio público y educa a la ciudadanía en los derechos fundamentales” (Chaves, 2012, p. 23). Eso explica, según la propuesta de Manuel Chaparro (2015), que para referirse a un cambio social se debe construir desde el principio del diálogo y la descolonización de los imaginarios.

De ahí que la alternativa propuesta por nuestra investigación para contribuir al desarrollo integral del adolescente en la sociedad digital sea la promoción de valores a través del deporte escolar, haciendo uso de una campaña comunicativa en *Instagram*, creada por adolescentes y para adolescentes.

### 1.5.2. Marco conceptual de la investigación

Pensar en comunicar valores a través del deporte entre adolescentes, con un diseño participativo, para fomentar estilos de vida saludables, que a su vez contribuyan, a través de ello, en la medida de lo posible, a un cambio social, es el eje principal de nuestro estudio, centrado en un contexto educativo vulnerable socioeconómicamente en la periferia del sur de París. De ahí que el marco conceptual de nuestra investigación analiza los valores del deporte para una buena convivencia y su posible promoción, como hábito saludable, a través del uso de las redes sociales digitales, las cuales forman parte de las TRIC, como bien expone UNICEF (Andrade, Guadix, Rial y Suárez, 2021a y 2021b). Para ello, se propone la creación de una campaña de comunicación entorno al deporte escolar, diseñada por adolescentes y para adolescentes, específicamente en la red social *Instagram*, bajo un modelo educativo y participativo.

El trabajo con adolescentes responde primeramente a la necesidad de transmitirles valores positivos que marquen su presente y mejoren las posibilidades de su futuro, a través de la práctica de deportes, teniendo en cuenta su importancia como hábito de vida saludable. La selección de las redes sociales como medio de comunicación responde a la pertinencia de “aprovechar desde la educación los espacios de interacción y comunicación que se generan entre los jóvenes al formar parte de estas redes” (Castañeda, 2010, p. 35).

Castañeda (2010) propone tres posibles perspectivas educativas que son complementarias de las redes sociales en la educación: aprender con redes sociales, aprender a través de redes sociales y aprender a vivir en un mundo de redes sociales. A partir de Castañeda (2010) resumimos las perspectivas:

1. *Aprender con redes sociales* es llevar a cabo el aprendizaje dentro del marco de la educación formal y no formal, entendido por aprendizaje reglado. Uso de las herramientas de las redes sociales para compartir documentos (temarios de asignaturas, actividades, exámenes), comunicarse de manera síncrona y asíncrona (tutorías profesor-alumno, profesor-profesor y alumno-alumno), intercambiar enlaces, fotos, videos, audios, etc., lo cual puede ser de gran utilidad para una materia.
2. *Aprender a través de redes sociales* implica un aprendizaje autónomo e independiente en la red. De manera informal los usuarios son informados y

aprenden mediante el flujo comunicacional existente en las redes digitales. No obstante, el aprendizaje a través de una red social dependerá de las características de la red y del tipo de comunicación y relaciones construidas entre usuarios. Por tanto, si unos usuarios son más activos que otros se logra el equilibrio apropiado para suscitar procesos de aprendizaje informales en las redes sociales (Preece, Nonnecke y Andrews, 2004, en Castañeda, 2010). Asimismo, entendemos la importancia de las habilidades personales y socioculturales, que también tiene mucho que ver con el capital económico, social y cultura y la estructura de clase.

3. *Aprender a vivir en un mundo de redes sociales* significa ser parte de los espacios digitales para informar y sensibilizar a los usuarios, sobre todo los más jóvenes, sobre qué es una red social digital, cómo hacer uso de esta herramienta para un mayor provecho y cómo ser conscientes de su rol en nuestra vida diaria.

En nuestra convivencia con las nuevas tecnologías es preciso aprender su uso adecuado. Desde la educación se debe instruir sobre las características y el uso apropiado de una red social digital utilizando sus propias interfaces y herramientas. Asimismo, las redes sociales digitales pueden ser facilitadoras y/o complementos del aprendizaje de los escolares. En este sentido, secundando a Linda Castañeda, las redes sociales digitales en el proceso educativo pueden condicionar:

... la mejora de los procesos comunicativos, la mejora de los aprendizajes y el crecimiento cuantitativo y cualitativo de la propia red; la libertad a la hora de publicar, comentar y opinar hace necesario opinar desde la educación procesos de aprendizaje orientados a un uso seguro y responsable de las redes sociales. (2010, p. 36)

Nuestra investigación se enmarca, sin desconocer la relevancia del resto, dentro de la perspectiva *aprender a través de redes sociales*. El objetivo es emplear los espacios de comunicación y socialización que ofrecen las redes sociales digitales para promover el deporte, potenciando sus valores, como estilo de vida saludable en adolescentes parisinos, específicamente del instituto *Robert Desnos* en Orly.

De ahí la pertinencia de diseñar una campaña realizada por adolescentes franceses dirigida a sus iguales en las redes sociales digitales. El reto es iniciar un proceso educativo donde el medio digital, en este caso las redes sociales, sea un instrumento que estimule la



enseñanza y el aprendizaje de valores para una buena convivencia y que fomente el deporte como hábito saludable, más allá de sus funciones como medio de comunicación y socialización.

Para ello, se deben tener en cuenta los usos de las tecnologías digitales, como bien explican Gautellier y Garreau, pues “leurs usages, avec tous leurs potentiels et leurs limites, se développent en même temps qu’ils se diversifient. Les appréhender de façon critique, les choisir plutôt que les subir est un enjeu collectif d’éducation et de culture” (2016, p. 6); es decir, que esos usos se desarrollan al mismo tiempo que se diversifican y el reto es comprenderlos de forma crítica y elegirlos, no estar sometidos a ellos.

“Lecture, écriture et calcul ne suffisent plus. Les jeunes doivent bénéficier également d’une éducation aux médias, à l’information et au numérique” (Gautellier y Garreau, 2016, p. 8). Por lo tanto, es importante equipar a nuestros jóvenes con herramientas que les permitan mejorar su entorno digital, siendo usuarios críticos y protagónicos, en lugar de pasivos.

Donnons aussi aux jeunes les outils afin d’agir pour améliorer leur environnement numérique : en pesant de leur poids de consommateurs sur les éditeurs des services qu’ils utilisent, faisant reconnaître leurs droits auprès des instances administratives (CNIL, CSA, Défenseur des Droits...), et s’impliquant dans les combats législatifs français et européens. (Gautellier y Garreau, 2016, p. 20)

En este sentido, el *Conseil de l’enfance et de l’adolescence* (2020) no solo plantea la importancia de brindar las herramientas necesarias a niños y adolescentes, sino también argumenta que deben ser adaptadas, es decir, puestas a su alcance según la edad, el género, las capacidades físicas e intelectuales, el nivel de vida, el lugar de procedencia, así como se debe favorecer el software libre y de código abierto.

La educación debe acompañar a la población adolescente en el uso de las TRIC. Esto implica, de acuerdo con el *Conseil de l’enfance et de l’adolescence* (2020), la formación continua sobre la tecnología digital de los profesionales que trabajan con niños y adolescentes.

Además, según Gautellier y Garreau (2016), la educación digital debe basarse en los fundamentos de toda educación para favorecer el desarrollo de capacidades como la

simbolización, la organización, el posicionamiento/ la toma de decisiones, la diferenciación y la verificación de las fuentes. A este último aspecto también hace referencia el *Conseil de l'enfance et de l'adolescence* (2020), cuando propone que todos los adolescentes, a partir del instituto, reciban enseñanza sobre la información digital (noticias falsas, rumores, etc.)

Emportés dans un tourbillon de technologie galopante, il est facile de perdre de vue le fait que cette éducation au numérique mérite de s'ancrer dans les fondamentaux de toute éducation en donnant aux jeunes, encore et encore les capacités à : surseoir, mettre de la pensée entre la pulsion et l'acte, sur un média qui pousse à l'instantanéité ; symboliser pour organiser son chaos intérieur et se positionner de façon organisée et critique, vis-à-vis des pratiques et services dominants en ligne ; distinguer les savoirs des croyances et s'informer en évitant le piège des fausses informations. (Gautellier y Garreau, 2016, p. 20)

Si se llevan a cabo acciones de educación digital desde edades tempranas, “se podría promover de ese modo un auténtico uso empoderador de las TRIC en las nuevas generaciones digitales del siglo XXI” (Plaza de la Hoz, 2021, p. 45). Razón por la cual, en nuestro estudio, se pretende acompañar a un grupo de adolescentes en situación de vulnerabilidad social para que hagan uso de las TRIC, como herramienta de una campaña comunicativa, en un contexto participativo, que ubicamos dentro del paradigma de Comunicación para el cambio social y dentro de los procesos de Educación Popular.

Para ello, nos apoyamos en algunos ejemplos de buenas prácticas comunicativas que están dirigidas, esencialmente, a adolescentes y jóvenes. Además, se han buscado ejemplos relacionados con la promoción de valores y del deporte como hábito saludable, así como se propone en nuestra investigación.

### **1.5.3. Buenas prácticas comunicativas a propósito de adolescentes, valores y deporte como hábito saludable**

En este epígrafe se presentan tres ejemplos de buenas prácticas de comunicación que sirven de referentes a nuestro estudio. En este sentido, se destacan tres grandes líneas o tópicos de interés: la promoción de valores y de actividades físicas y deportivas como estilo de vida saludable, el uso de las tecnologías digitales y la participación de

adolescentes. En cada caso se explica en qué consiste la acción comunicativa, su público objetivo y sus metas.

### **A) *SoyezActif*: campaña deportiva dirigida a adolescentes y jóvenes**

Dentro de las iniciativas de la Comisión Europea se trazan acciones para promover el deporte y la actividad física como estilo de vida saludable en toda Europa, a todos los niveles y para todos los públicos. De ahí la implementación de acciones, por un lado, para animar a la población a practicar deportes durante la semana del deporte y a lo largo de todo el año; y, por otro lado, para apoyar el trabajo de las organizaciones deportivas en Europa (Web BeActive, 2022).

Entre las iniciativas más destacadas se encuentran *European Week of Sport*<sup>4</sup> y *BeActive*<sup>5</sup>. Ambas iniciativas, según plantea la Comisión Europea (Web *BeActive*, 2022), aparecen como respuesta a la creciente inactividad física de la población europea, que, a su vez, ha dado lugar a un notable sedentarismo. Esto quedó demostrado en 2014 con un estudio euro-barómetro, cuyo resultado señaló que el “59% des citoyens de l’Union européenne ne pratiquent que rarement, voire jamais, une activité physique ou sportive” (Web BeActive, 2022).

De acuerdo con la Comisión Europea (Web *BeActive*, 2022), el deporte y la actividad física contribuyen al bienestar de los ciudadanos. Por lo tanto, como estrategia se propone la Semana Europea del Deporte cada año en el mes de septiembre para incentivar un estilo de vida más activo y saludable para millones de personas, esencialmente de Europa, si bien puede tener un impacto en otras partes del mundo.

El tema central de la *European Week of Sport* en 2021 ha sido destacar “the power of physical activity to bring joy, build resilience and connect generations” (Web Comisión Europea, 2022). Para ello, se realiza la promoción de la actividad física y el deporte, haciendo alusión a ciertos elementos y valores de importancia en esta práctica, como la preparación física, el calentamiento, la concentración, el compromiso y la resiliencia (ver

---

<sup>4</sup> Traducción propia: *La Semana Europea del Deporte*.

<sup>5</sup> Traducción propia: *Sea Activo*.

vídeo <https://sport.ec.europa.eu/european-week-of-sport/about-european-week-of-sport>, en Web Comisión Europea, 2022).

Razón por la cual, en los videos publicitarios reflejados en la página web de la Comisión Europea (2022), se muestran diferentes grupos etarios (especialmente niños, adolescentes y jóvenes), diversidad de género y cultura. De ahí también la presencia de la campaña *BeActive* en la comunicación de este evento.

La campaña de comunicación *BeActive* (en inglés) o *SoyezActif* (en francés) es un ejemplo de estrategia comunicativa implementada en el ámbito deportivo y dirigida principalmente a jóvenes y a adolescentes. Su objetivo principal es “promouvoir le sport et les activités physiques régulières auprès des citoyens et à sensibiliser ces derniers aux nombreux bienfaits qui en découlent” (Web *BeActive*, 2022). Hablamos entonces de fomentar el deporte y la actividad física de manera regular y de concienciar a la población de sus beneficios, presentando esta práctica como un hábito saludable.

La campaña busca dirigirse a todos, independientemente de la edad, los orígenes o la condición física. De igual manera, pretende reunir a particulares, autoridades públicas, el movimiento deportivo, organizaciones de la sociedad civil y el sector privado. Esto favorece la aproximación y la colaboración con las iniciativas locales para ofrecer a los ciudadanos oportunidades para hacer más ejercicio de manera regular en su vida cotidiana (Web *BeActive*, 2022).

En este análisis se toma como referencia un video de la campaña *BeActive* realizado por dos jóvenes deportistas y dirigido a sus seguidores, entre los cuales destacan adolescentes y jóvenes. El audiovisual, titulado “#SoyezActif et restez en bonne santé à la maison tout le temps” (FIFA, 2020), se hizo por el Día Internacional del Deporte para el Desarrollo y la Paz, organizado el 6 de abril de 2020 por las Naciones Unidas.

Esta campaña también es patrocinada por la Federación Internacional de Asociaciones de Fútbol (FIFA) y la OMS. Su objetivo es invitar a las personas a mantenerse activas y con buena salud (*HealthyAtHome* o *en bonne santé à la maison*) aun dentro de sus domicilios, teniendo en cuenta que este video es del año 2020, momento de restricciones sanitarias y confinamiento en Europa debido a la COVID-19.

Esto explica la puesta en escena de jugadores de fútbol conocidos mundialmente, sobre todo de equipos como Real Madrid CF, FC Barcelona, Liverpool FC y Manchester United

FC (Web ONU, 2022), quienes recomiendan a sus seguidores cumplir con los consejos de la OMS, incluso desde sus casas. Los audiovisuales fueron difundidos a través de los diferentes canales digitales de la FIFA y, a su vez, compartidos en los perfiles de redes sociales de jugadores y clubes deportivos (Web ONU, 2022).

Este audiovisual es protagonizado por los futbolistas Trent Alexander-Arnold y Marcus Rashford (ver Imagen 3), representantes de dos equipos de la FIFA: Liverpool FC y Manchester United FC, respectivamente.

**Imagen 3.** Futbolistas comunicando en campaña *SoyezActif*



**Fuente:** Trent Alexander-Arnold, a la izquierda, y Marcus Rashford, a la derecha. Tomado de FIFA (2020). Ambos jugadores transmiten un mismo mensaje, desde espacios diferentes, dirigido principalmente a los más jóvenes, que pueden sentirse más identificados con ellos. En su mensaje explican las recomendaciones y directrices brindadas por la Organización Mundial de la Salud.

En ce moment, les adversaires d’hier doivent se serrer les coudes. Il faut garder nos distances, sans perdre de vue notre objectif. Nous pouvons faire preuve de solidarité en étant actif, ce qui signifie suivre les conseils de l’OMS. (FIFA, 2020)

Partiendo de un mensaje que ensalza valores de paz, unidad y solidaridad, se producen varias frecuencias explicativas, en las cuales los chicos introducen la importancia de

mantenerse activos en casa todos los días. Luego se pasa a la explicación ilustrada de las recomendaciones propuestas por la OMS, haciendo uso de caricaturas animadas (ver Imagen 4).

**Imagen 4.** Ejemplos de actividades físicas y deportivas de la campaña *SoyezActif*



Fuente: Tomado de FIFA (2020).

Dentro del programa de actividades compartido, se recomienda la realización de cursos de ejercicios en línea, el baile, los videojuegos activos, saltar la cuerda, hacer musculación y equilibrio, entre otros otras formas de ocio y recreación que ayuden a estar saludables y en buena forma dentro de casa (ejemplos: pilates, ejercicios aeróbicos, etc.).

Para concluir el mensaje, reaparecen los dos jóvenes diciendo que, a pesar de las diferencias, hay que seguir unidos, porque unidos somos más fuertes. Entonces, uno de los jóvenes anima a su audiencia diciendo: *“Be Active Today!”*; mientras el otro chico también exclama: *“Remain positive and remain strong!”*, y juntos dicen: *“Let’s go”*.

La creatividad de estos jóvenes para incentivar a sus coetáneos a mantenerse activos es el primer propósito de nuestro estudio, teniendo en cuenta sus facilidades y capacidades para conectar entre ellos. En nuestro caso, también se pretende hacer uso de las tecnologías digitales para lograr que el mensaje tenga un mayor alcance entre la población adolescente. Sin embargo, el principal punto en común de esta campaña con la propuesta de nuestros adolescentes no es solo la invitación a practicar actividades físicas y deportivas, potenciando valores, sino además su aparición en escena como protagonistas.

### **B) *Sigue la Huella*: programa escolar**

El programa escolar *Sigue la Huella* se lleva a cabo en el Instituto de Educación Secundaria (I.E.S.) “Sierra de Guara”, en Huesca, España. Su creación responde a tres objetivos principales (Rodrigo-Sanjoaquín et al., 2019, p. 14):

1. Crear un entorno más activo y saludable con la participación de todos los agentes de la comunidad educativa.
2. Desarrollar competencias y habilidades que favorezcan estilos de vida más saludables en los adolescentes.
3. Promover y mejorar los hábitos saludables del alumnado.

Siguiendo dichos objetivos, se utilizan las TRIC para fomentar hábitos saludables en la población adolescente. Un elemento importante, y en coherencia con la propuesta de nuestro estudio, es la participación de adolescentes que se logra a través de las TRIC, esencialmente, según Rodrigo-Sanjoaquín et al. (2019), haciendo uso del blog del instituto y de pantallas ubicadas en zonas comunes. Asimismo, se emplearon aplicaciones educativas dentro de las unidades didácticas de Educación Física y otros dispositivos en formato digital como brújulas, pulsómetros, GPS, entre otros (Rodrigo-Sanjoaquín et al., 2019).

Contar con una página web y un blog en el instituto a disposición de este programa posibilita la accesibilidad de los diferentes usuarios, donde alumnos y profesores juegan un rol importante. Primero, los profesores deben actualizar constantemente la información que se publica y, segundo, los alumnos pueden consultar estas fuentes para mantenerse informados y retroalimentar la web con sus comentarios, creando un sistema de interacción dentro del contexto educativo.

En cuanto a los contenidos del blog, de acuerdo con Rodrigo-Sanjoaquín et al. (2019), por un lado, se dan a conocer dentro de la comunidad educativa los proyectos y acciones realizados por el instituto; y, por otro lado, se guardan documentos y materiales (actividades complementarias, cuestionarios, notas y observaciones, notificaciones, resultados, etc.) relacionados con las distintas materias. En este caso, el blog representa un medio de comunicación interno de la comunidad escolar del instituto.

Por su parte, la página web ofrece una información más detallada de los proyectos y acciones que realiza el centro en función del nivel educativo (ESO, Bachillerato, Formación Profesional Básica, Grados medios y superiores), lo que organiza y facilita el acceso a la información (asignaturas, proyectos, vida escolar, etc.) de los estudiantes. Es importante aclarar que en las informaciones y fotos compartidas se presta atención a las imágenes de los menores, debido al acceso público de la página web (Rodrigo-Sanjoaquín et al., 2019).

Como se puede observar, dentro de este programa se utilizan las TRIC para promover hábitos saludables en el centro escolar, posibilitando el acceso a los contenidos relacionados con salud y el intercambio sobre los mismos. A través de la asignatura Educación Física, la principal recomendación que se trabaja es la práctica de deportes y actividades físicas de forma regular, aunque también se tiene en cuenta la importancia de disminuir el tiempo sedentario y de pantalla, así como de cumplir con las horas de sueño recomendadas.

### **C) *MidnightSports*: proyecto organizado por adolescentes para adolescentes**

El proyecto *MidnightSports* ha sido desarrollado por *IdéeSport*, una fundación suiza sin ánimo de lucro y que trabaja en colaboración con la confederación. Esta fundación utiliza el deporte como medio de prevención de adicciones, de promoción de la salud y de integración social (Web *Fondation IdéeSport*, 2022).

Ante las pocas opciones recreativas nocturnas adaptadas para que los más jóvenes se reúnan, *MidnightSports* se lleva a cabo todos los sábados en la noche, con acceso abierto y gratuito, poniendo a su disposición los pabellones deportivos en toda Suiza. El objetivo es hacer uso del deporte en sus diferentes estructuras para ofrecer un lugar de encuentro a chicos y chicas de la enseñanza secundaria, donde puedan relajarse a través del juego, el deporte y la diversión.



Este proyecto está organizado por adolescentes y para adolescentes de 13 a 17 años, pues son ellos quienes configuran y diseñan las actividades de acuerdo con sus necesidades. Los entrenadores, o *coaches*, son los propios adolescentes, que a la vez reciben el apoyo de jóvenes adultos para el desarrollo de sus funciones, entre las cuales se destaca la organización y supervisión de cada evento realizado dentro del programa.

Para la fundación *IdéeSport* es determinante la colaboración de adolescentes y jóvenes en cada uno de sus programas. De ahí su interés por brindar una adecuada preparación y capacitación a esos jóvenes entrenadores, ya que asumen responsabilidades y son parte integrante del proyecto, por lo cual además se les estimula con un salario.

El público objetivo de *MidnightSports* son adolescentes de 13 a 17 años, independientemente del género, la clase social o el origen. Además, está destinado particularmente a grupos sociales desfavorecidos, a los cuales es complicado llegar con una labor de prevención en general. También se cuenta con el apoyo de personas claves de la comunidad, la escuela o del barrio como otro elemento importante dentro del programa (Web *Fondation IdéeSport*, 2022).

Una vez condicionado el establecimiento deportivo, chicas y chicos adolescentes pueden utilizar los locales haciendo juegos, practicando deportes y/o simplemente pasando un momento divirtiéndose con sus amigos. Si bien la práctica de actividades físicas y deportivas tiene gran importancia dentro de *MidnightSports*, ya que se reconoce que durante la adolescencia se hace cada vez menos deportes y en el día pasan la mayor parte del tiempo sentados, o poco activos, la intención de este proyecto es crear un espacio donde la población adolescente pueda disfrutar con sus pares.

De ahí que este programa no pone su énfasis en el rendimiento deportivo, sino en compartir experiencias. Sus espacios constituyen también una ocasión para reunirse y desarrollar otras actividades sociales, de forma sana y en la medida de lo posible. Como bien plantea *Fondation IdéeSport* (2022), *MidnightSports* se trata de un lugar de encuentro para los más jóvenes, donde pueden divertirse el sábado en la noche sin consumo de alcohol, cigarro o droga.

La comunicación del programa *MidnightSports* se realiza cara a cara, directamente en colaboración con las escuelas, los centros de recreación/animación y profesionales como educadores y trabajadores sociales, como ocurre en el proceso de selección de

adolescentes entrenadores, según Prisi y Oweida (2021). Además, se emplean medios digitales como la página web de *IdéeSport*, desde la cual se puede acceder a los perfiles de esta fundación en redes sociales como Instagram, Facebook, YouTube y LinkedIn. Dentro de dichas redes digitales se hace referencia a los diferentes programas de la fundación, como es el caso de *MidnightSports*, aunque como proyecto no cuenta con medios de comunicación propios.

No obstante, *MidnightSports* ha estado presente en medios de comunicación de masas como la televisión. Un claro ejemplo es la entrevista llevada a cabo en el canal televisivo Forum RTS, que informa y debate sobre la actualidad suiza e internacional. La entrevista es realizada por la periodista Esther Coquoz a un coordinador de *MidnightSports* (Olivier Prisi) y a una adolescente coach (Tamara Oweida) de 14 años. Frente a las cámaras, la chica explica su experiencia y protagonismo dentro del proyecto y el hecho de que entre pares la pasan bien y todo es más sencillo porque se entienden mejor (Prisi y Oweida, 2021).

**Imagen 5. Entrevista con protagonistas de *MidnightSports***



**Fuente:** De izquierda a derecha: Esther Coquoz, Olivier Prisi y Tamara Oweida. Tomado de Prisi y Oweida, 2021.

En esta entrevista se muestra el protagonismo de la población adolescente, que asume la responsabilidad como entrenador/*coach*, dentro del proyecto *MidnightSports*. En este

caso, es remarcable la actitud de la chica adolescente *coach*, quien frente a cámaras de televisión ha sido capaz de expresar sus opiniones y comunicar sobre este proyecto.

Il est donc précieux de pouvoir entendre une coach s'exprimer au sujet du Midnight, de ses particularités et de ses qualités. Proposer des activités, créer du lien, exprimer ses idées, être rémunérée, autant de motivations pour elle de participer en tant que coach au nouveau MidnightSports inauguré à Bussigny en septembre. (*Fondation IdéeSport*, 2021)

En este sentido, no solo se promueve el deporte como estilo de vida saludable, sino que se desataca la participación de la población adolescente en un espacio creado por y para adolescentes, quienes aportan ideas y organizan las diferentes actividades para facilitar una socialización de forma sana entre pares. Estos elementos son un referente para nuestra investigación.

Los programas y la campaña presentados en este epígrafe constituyen ejemplos de buenas prácticas para nuestro estudio. Si bien no representan ejemplos exactamente iguales a la propuesta de nuestra investigación, tienen en común el uso en mayor o menor medida, de las tecnologías digitales para la relación, información y comunicación, la promoción del deporte y la actividad física como estilo de vida saludable, y el mensaje dirigido sobre todo a la población adolescente. De ahí nuestro interés en conocerlos y por lo tanto plasmarlos en este cierre del marco teórico de la tesis.

## **Capítulo 2. Amplia apuesta institucional por la promoción del deporte en adolescentes**

En este capítulo se realiza una aproximación a las principales leyes y regulaciones existentes sobre el deporte y sus valores, particularmente en Francia. El deporte como práctica social, más allá de los procesos culturales, también está condicionado por normativas, programas y planes de acción para tener en cuenta. En este sentido, abordamos la práctica de la actividad física y el deporte en edades escolares desde el ámbito internacional, suprarregional, nacional, departamental y local.

La actividad física y el deporte desde edades tempranas han tenido un notable impacto social durante la última década. De ahí la importancia de conocer los factores que condicionan la práctica deportiva y sus valores en la población adolescente, dígase el estado de la cuestión.

Las disposiciones que regulan la actividad física y el deporte, teniendo en cuenta los valores, a nivel internacional son presentadas a continuación, según su alcance: mundial, europeo o latinoamericano, y nacional con una mirada local. En cada caso, se hace un breve resumen de los principales aspectos y contribuciones de las organizaciones administrativas con mayor reconocimiento dentro de su ámbito.

### **2.1. La mirada internacional del deporte para promover valores**

Los principales exponentes de alcance mundial, con una labor destacada en la esfera deportiva, son la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización Mundial de la Salud (OMS). Si bien también se hace un acercamiento a los programas y estrategias, que conciernen al deporte, llevados a cabo por la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y la Unión Europea (EU).

#### **2.1.1. Apuesta de la ONU por los valores del deporte**

La Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas (ONU), a finales del año 2003, aprueba la resolución No. 58/5 titulada “El deporte como medio para fomentar la Educación, la Salud, el Desarrollo y la Paz”.

Con dicha resolución, oficialmente se admite el uso de la actividad física y el deporte como medio propicio para promover el área de la Educación, la Salud, el Desarrollo y la Paz. Estos dos últimos aspectos del deporte, tanto para el desarrollo como para la paz, se trabajan fundamentalmente en países con situación de guerra y/o pobreza, construyendo un baluarte importante en la vida de niños y jóvenes que sufren sus consecuencias. Al respecto, Kofi Atta Annan, séptimo secretario general de las Naciones Unidas (1997-2006) y Premio Nobel de la Paz (2001), comentó:

La gente de todas las naciones ama el deporte. Sus valores -buen estado físico, el juego limpio, el trabajo en equipo y la búsqueda de la excelencia- son universales. Esta puede ser una poderosa fuerza positiva en la vida de los pueblos devastados por la guerra o la pobreza, especialmente los niños. (ONU, 2005)

Apelando al carácter inclusivo del deporte, es posible la participación con fácil acceso para todos, sin barreras sociales, culturales, religiosas o por cuestiones de género o de incapacidad física. Constituye una oportunidad para que las personas en situación de exclusión social o moral experimenten igualdad, fraternidad y tolerancia. Según la ONU (2005), el control que se ejerce sobre el cuerpo es especialmente valioso para las niñas y las mujeres adultas, para las personas con impedimentos físicos, para quienes habitan en áreas de conflicto y para las personas que se recuperan de algún trauma.

El deporte también es considerado como una fuente de valores para mejorar la educación y la salud de niños y jóvenes en particular. De ahí que la práctica deportiva destaca en el proceso de enseñanza-aprendizaje de valores y de formación de hábitos y estilos de vida.

En el deporte hablamos de valores como la confianza en sí mismo, el trabajo en equipo, la comunicación, la disciplina, el respeto y el juego limpio. El desarrollo de estos valores en edad escolar incide de manera positiva en el proceso educativo. El deporte, expresado en la educación física, el juego y la recreación, según la ONU (2005), usualmente mejora la habilidad del niño para aprender, aumenta su concentración, su asistencia a clase y su rendimiento en general.

También las Naciones Unidas (2005) advierten sobre la importancia que tiene para los jóvenes divertirse y estar activos durante su aprendizaje, de ahí el reconocimiento de la educación física dentro del currículo escolar. Si bien se menciona la función de los clubes

comunitarios, no se hace una proyección de actividades deportivas en horario extraescolar.

Otro aspecto significativo en el área educativa del deporte, a consideración de la ONU (2005), es la funcionalidad de la actividad física y el deporte para las niñas, quienes cuentan con menos oportunidades que los niños para establecer relaciones y socializar fuera de sus redes familiares. La práctica deportiva estimula en las niñas el liderazgo, eleva la autoestima y la confianza, así como facilita la comunicación interpersonal que permite una participación más activa en la vida escolar y comunitaria.

El deporte en el área de la salud posibilita la formación de hábitos y estilos de vida para mantener un buen estado psíquico y físico. Entre los beneficios psicológicos destacados por la ONU (2005) se encuentra el desarrollo mental, el mejoramiento de la concentración y el cuidado de la salud emocional, disminuyendo los riesgos de depresión y aumentando la autoexpresión. En cuanto al estado físico, el deporte también contribuye a una vida prolongada y saludable, aumenta la expectativa de vida y reduce las probabilidades de contraer enfermedades no transmisibles y de consumo de tabaco, alcohol y/o drogas.

En cierto modo se crean las condiciones necesarias para entender la proclamación, dos años más tarde, en el 2005, del Año Internacional del Deporte y la Educación Física. En este marco se realizaron más intercambios deportivos a partir de programas y políticas de las Naciones Unidas, buscando incrementar el nivel de concienciación y sentar las bases apropiadas para implementar más proyectos de desarrollo humano a través de la práctica de deportes.

Eso explica el trabajo realizado durante más de diez años por el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), potenciando el deporte como un medio para defender el derecho de todo niño a tener una vida saludable; el derecho de toda niña y niño a educarse y a jugar; y el derecho de todo adolescente a contar con una oportunidad amplia para desarrollarse como ciudadanos comprensivos y comprometidos con la sociedad (ONU, 2005).

En la misma línea se produjo en el 2015 el encuentro de la Asamblea General de la ONU, en Nueva York, donde se promulgaron los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Mundiales. Hasta el año 2030 la agenda mundial

estará encabezada por 17 objetivos, siendo uno de ellos de interés para nuestra investigación.

**Tabla 6. Normativa ODS**

PRECEPTO	DESCRIPCIÓN	CONTRIBUCIÓN
Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades (Web ODS).	Sus metas están principalmente enfocadas en el tratamiento de la salud infantil y materna. Asiente que los Objetivos de Desarrollo Sostenible se pueden alcanzar, fundamentalmente, garantizando una vida saludable y promoviendo el bienestar para todos a cualquier edad.	Suministra los medios y vías necesarias para desarrollar estilos de vida saludables. Busca el bienestar de las personas también desde otras esferas de la sociedad, como la educación y el deporte, considerando la diversidad de grupos etarios.

**Fuente:** Elaboración propia.

Como se observa, el Objetivo 3 compete de manera directa a nuestra investigación. Sin embargo, con la práctica deportiva se crean espacios para trabajar otros objetivos mundiales, de manera más o menos directa, los cuales citamos a continuación (Web ODS):

- Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.
- Objetivo 5: Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.
- Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
- Objetivo 16: Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.

Dentro de las orientaciones señaladas por la Organización de las Naciones Unidas en dichos objetivos, se evoca la motivación por la implementación de acciones que promuevan la enseñanza-aprendizaje e incentiven estilos de vida saludables. En este sentido, no se hace diferencia en cuanto a género, cultura, orígenes, clase social y/o poder adquisitivo, y se contemplan todas las edades.

Esto explica el interés a nivel internacional por el desarrollo de proyectos desde edades tempranas, principalmente implementados durante la edad escolar. Dentro de este contexto se encuentra nuestro estudio, en el cual participan adolescentes de un barrio desfavorecido, donde se observa la pertinencia de promover valores que pueden favorecer la integración y la socialización, a través de la práctica deportiva como un estilo de vida saludable.

### **2.1.2. Apuesta de la OMS por la actividad física de los adolescentes**

Las recomendaciones planteadas por la OMS se enfocan principalmente en el desarrollo de las actividades físicas para la salud correspondientes a cada rango de edad. En lo que se refiere a la adolescencia a nivel mundial, la OMS señala una preocupante tendencia sedentaria. Ante dicho factor de riesgo para la salud, la Organización Mundial de la Salud (2021) explica en qué consiste la actividad física a llevar a cabo por niños y adolescentes: juegos, deportes, desplazamientos, actividades recreativas, educación física o ejercicios programados; que pueden implementarse en el seno de la familia, la escuela y/o como parte de las actividades comunitarias.

Esta organización internacional propone mejorar las funciones cardiorrespiratorias y musculares y la salud ósea y reducir el riesgo de enfermedades no transmisibles, como el sobrepeso y la obesidad. Para ello hace las siguientes recomendaciones los niños y adolescentes de 5 a 17 años (Web OMS, 2021):

- deberían dedicar al menos un promedio de **60 minutos al día** a actividades físicas moderadas a intensas, principalmente aeróbicas, a lo largo de la semana;
- deberían incorporar actividades aeróbicas intensas, así como aquellas que fortalecen los músculos y los huesos, **al menos tres días a la semana**;
- deberían **limitar el tiempo dedicado a actividades sedentarias**, particularmente el tiempo de ocio que pasan frente a una pantalla.



A diferencia de las recomendaciones planteadas en el año 2010<sup>6</sup>, la OMS hace referencia directa a las actividades sedentarias, cuyo tiempo debe ser limitado. Además, identifica la amenaza que supone el tiempo de ocio concedido delante de las pantallas, entiéndase televisión, ordenadores, tabletas, teléfonos móviles, video juegos, etc. Esta nueva forma de entretenimiento absorbe una gran parte del tiempo de la población adolescente, potenciando un estilo de vida sedentario.

Dentro de su lucha contra el sedentarismo, la OMS ha logrado promover la actividad física y el deporte a través de disímiles acciones. Estas acciones buscan fomentar principalmente la actividad física y el deporte como un hábito saludable, sobre todo desde edades tempranas, por tanto, se dirigen fundamentalmente a niños y adolescentes. La siguiente tabla resume y organiza cronológicamente estas acciones:

---

<sup>6</sup> Consultar documento: Organización Mundial de la Salud (2010). *Recomendaciones mundiales sobre actividad física para la salud*. Ginebra: Ediciones de la OMS.

**Tabla 7.** Acciones de la OMS

ACCIONES	PARTICULARIDADES	CONTRIBUCIONES
<p>1- Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud. (2004)</p>	<p>Aborda tres temas principales: sobrepeso y obesidad infantiles, dieta y actividad física. Constituye una oportunidad para disminuir la mortalidad y la morbilidad mundiales, modificando la alimentación e incentivando la actividad física.</p>	<p>Promueve la actividad física para la salud e impulsa normativas que favorecen el aumento de esta práctica en la sociedad.</p> <p>Plantea el uso de la comunicación para la difusión de conocimientos sobre la relación entre el régimen alimentario, la actividad física y la salud.</p> <p>Explica que los mensajes deben ser coherentes, eficaces y precisos; utilizando canales que se ajustan a la cultura local, a la edad y al género de las personas.</p>
<p>2- Guía de enfoques basados en población para incrementar los niveles de actividad física. (2008)</p>	<p>Es una implementación de la <i>Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud</i>. Sus datos revelan que el sobrepeso, la obesidad y la inactividad física son factores de riesgo para la salud. Afirma que la actividad física ayuda a prevenir las enfermedades no transmisibles y otros factores de riesgo (ejemplos: el fumar, el consumo excesivo de alcohol y el manejo del estrés).</p>	<p>Propone pautas para desarrollar la actividad física a nivel nacional y lograr una promoción eficaz.</p> <p>Apoya la coherencia a nivel nacional entre políticas y planes sobre actividad física y sobre otras áreas (ejemplos: la salud de los niños, el fumar y el régimen alimentario).</p> <p>Explica que debe educarse a toda la población sobre la actividad física necesaria para la salud, haciendo uso de guías nacionales y recomendaciones. Se debe enseñar por subgrupos: niños, adolescentes, adultos, ancianos, entre otros.</p>

<p>3- Recomendaciones mundiales sobre actividad física para la salud. (2010)</p>	<p>Se dirige a los responsables de las políticas en la esfera nacional. Su objetivo es prevenir las enfermedades no transmisibles mediante la práctica de actividad física, cuyos niveles son definidos científicamente por los grupos etarios: de 5 a 17 años, de 18 a 64 años y de 65 años en adelante. Además, contiene información sobre cada segmento de población, un resumen de la evidencia científica, recomendaciones de actividad física para la salud, con su justificación.</p>	<p>Promueve la participación frecuente de niños y jóvenes en actividades físicas que contribuyen al desarrollo natural y son placenteras y seguras.</p> <p>Estimula la actividad física a través de juegos, deportes, actividades recreativas, ejercicios programados, entre otros; ya sea en el contexto familiar, en la escuela o en las actividades comunitarias.</p> <p>Sugiere crear y difundir las estrategias comunicativas, haciendo una mayor segmentación de los grupos etarios.</p>
<p>4- Salud para los adolescentes del mundo. Una segunda oportunidad en la segunda década. (2014)</p>	<p>Busca mejorar y mantener la salud de las personas entre 10 y 19 años que existen en el mundo. Fundamentalmente, está orientado al personal de categoría superior e intermedia de los ministerios de salud y a los asociados del sector de la salud. Asimismo, puede interesar a promotores, prestadores de servicios, educadores y a los propios jóvenes.</p>	<p>Señala la atención especial y diferenciada que precisa la población adolescente, el escenario mundial de la salud en la adolescencia y los comportamientos relacionados con su estado de salud, examinando factores de influencia, basados en datos y tendencias actuales.</p> <p>Expone criterios de adolescentes sobre sus necesidades de salud.</p> <p>Identifica a los adolescentes como agentes de cambio social, y no como simples beneficiarios de los programas sociales.</p> <p>Incentiva la actividad física en la adolescencia y concientiza sobre su importancia a la familia como primer agente socializador.</p>

<p>5- Estrategia Mundial para la Salud de la Mujer, el Niño y el Adolescente (2016-2030) Sobrevivir, prosperar, transformar. (2015)</p>	<p>Pretende acabar con la mortalidad prevenible de mujeres, niños y adolescentes, mejorar en gran medida su salud y bienestar y realizar el cambio transformador que se necesita para construir un futuro más próspero y sostenible.</p>	<p>Preserva la salud de las mujeres, niños y adolescentes, sea cual fuere su entorno, y aboga por su derecho humano de disfrutar del grado máximo de salud que se pueda lograr.</p> <p>Busca la igualdad y aplica la universalidad, que incluye a todas las personas (también las marginadas y de difícil acceso) en todas partes (aunque estén en situaciones de crisis) y tiene en cuenta los problemas transnacionales.</p>
<p>6- Directrices de la OMS sobre actividad física y hábitos sedentarios. (2020)</p>	<p>Está destinado a los encargados de elaborar políticas y planes nacionales, regionales y/o municipales en los diferentes niveles de gobierno, con el objetivo de fomentar la actividad física y reducir los hábitos sedentarios. También se contempla a las personas que trabajan en organizaciones no gubernamentales, el sector educativo, el ámbito privado y la investigación y al personal sanitario.</p>	<p>Brinda recomendaciones de salud pública basadas en pruebas sobre la cantidad de actividad física a realizar por niños, adolescentes, adultos y personas mayores, considerando frecuencia, intensidad y duración para mejorar la salud y reducir los riesgos.</p> <p>Por primera vez, aparecen recomendaciones sobre la relación entre los hábitos sedentarios y los resultados de salud, así como recomendaciones para subpoblaciones como mujeres embarazadas y en puerperio, personas con enfermedades crónicas y personas con discapacidad.</p>

**Fuente:** Elaboración propia.

La última acción analizada dentro de la tabla anterior constituye la respuesta ante las inquietantes estadísticas presentadas por Guthold et al. (2020). Según su investigación, el 81% de los adolescentes a nivel mundial no cumplen las recomendaciones mundiales de la OMS de 2010 sobre actividad física, recomendaciones contempladas dentro de la tercera acción de la tabla 7.

Esto confirma el interés de nuestra tesis en profundizar sobre la propuesta de deporte escolar que se brinda a través de las *Associations Sportives*, tomando como caso de estudio la *Association Sportive* del *Collège Robert Desnos*. A partir de este caso, se pretende contribuir a incentivar la práctica deportiva como estilo de vida saludable entre adolescentes, promoviendo también sus valores. Por tanto, las acciones y recomendaciones de la OMS son un referente para nuestra investigación.

### **2.1.3. Acciones desde los Estados Americanos y la Unión Europea para los adolescentes**

Como se observa en a continuación, desde la Organización de los Estados Americanos (OEA) y la Unión Europea (UE), se reconoce la importancia de la actividad física y el deporte para la población adolescente. Se desarrollan acciones para prevenir el sedentarismo y sus riesgos para la salud, fomentando principalmente la práctica de actividades físicas y deportivas de forma regular como estilo de vida saludable.

En esta línea tenemos una estructura internacional especializada en salud pública, que acopla y orienta en dicha esfera a los países de América, la Organización Panamericana de la Salud (OPS). Esta organización también acoge a algunos países europeos, entre ellos Francia que, a pesar de no ser un estado americano, tiene en cuenta las propuestas de la OPS. No obstante, el intercambio dentro de la OPS ocurre entre las diferentes naciones que forman la OEA, identificado como un espacio de la región abierto al diálogo y análisis político, económico y social para la toma de decisiones.

El trabajo colaborativo desarrollado por la Organización Panamericana de la Salud con los estados miembros de la OEA se focaliza en la mejora y protección de la salud para sus pobladores, combatiendo tanto las enfermedades transmisibles como las crónicas. Para ello, la OPS ofrece apoyo técnico, refuerza los sistemas de salud y responde ante escenarios de emergencia y catástrofes, promoviendo el derecho de todos a la salud.

Los adolescentes y jóvenes en general son vistos como una parte de la población que es saludable, por lo cual en muchos casos no se les presta la atención debida en términos de salud. Sin embargo, la OPS reconoce que los adolescentes y jóvenes tienen un rol importante en la sociedad y, por ende, en su desarrollo futuro, partiendo del caso de América Latina y el Caribe, donde forman el 30% de la población (Organización Mundial de la Salud, 2021).

Un dato interesante, y alarmante a la vez, es que a nivel mundial “3 in 4 adolescents (aged 11–17 years), do not currently meet the global recommendations for physical activity set by WHO” (*World Health Organization*, 2018, p. 6). Además, la OMS (2018) plantea de manera proporcional el aumento del desarrollo económico de los países con el aumento de la inactividad, así como la influencia que ejercen los valores culturales. Al respecto explica:

In some countries, levels of inactivity can be as high as 70%, due to changing patterns of transportation, increased use of technology and urbanization. Physical activity levels are also influenced by cultural values. In most countries, girls, women, older adults, underprivileged groups, and people with disabilities and chronic diseases, all have fewer opportunities to access safe, affordable and appropriate programmes and places in which to be physically active. (*World Health Organization*, 2018, p. 7)

Razón por la cual la Organización Panamericana de la Salud y la Organización Mundial de la Salud comparten los mismos ejes de actuación en busca del bienestar físico y mental de cada individuo, especialmente del adolescente. Para ello, se proponen incentivar hábitos de vida saludables a través de diversos programas y acciones. Por tanto, tienen en cuenta que gran parte de los hábitos perjudiciales para la salud se adquieren desde edades tempranas, lo que acentúa las estrategias dirigidas a niños y adolescentes, abarcando tanto el tiempo libre como el escolar.

Physical activity is important across all ages. Active play and recreation is important for early childhood as well as for healthy growth and development in children and adolescents. Quality physical education and supportive school environments can provide physical and health literacy for long-lasting healthy, active lifestyles. (*World Health Organization*, 2018, p. 7)

Ahora, presentamos dos de las acciones que forman parte de la estrategia global de la Organización Panamericana de la Salud y que involucran a la población adolescente. Es necesario apuntar que la OPS también sigue y aplica las directrices de la OMS en la región latinoamericana y caribeña, tal es el caso del Plan de Acción Mundial sobre Actividad Física 2018-2030 (World Health Organization, 2018).

**Tabla 8.** Acciones de la OPS

ACCIONES	PARTICULARIDADES	CONTRIBUCIONES
Estrategia y Plan de Acción Regional sobre los Adolescentes y Jóvenes (2010-2018). (2010)	<p>Promueve la nutrición y la actividad física como uno de los objetivos de salud clave para adolescentes y jóvenes.</p> <p>Busca incrementar la cantidad de adolescentes (de 13 a 15 años) que practican actividades físicas a un 30% dentro del período de acción de este plan, así como disminuir la proporción de adolescentes obesos o con sobrepeso (de 13 a 15 años) en un 5%.</p>	<p>Reconoce la falta y/o la insuficiente realización de actividades físicas como uno de los principales problemas que inciden de manera negativa en la salud de adolescentes y jóvenes, proponiendo la práctica regular de actividades físicas.</p>
<p>Plan de Acción Mundial sobre Actividad Física 2018-2030. Más personas activas para un mundo más sano. (2019)</p> <p>*Versión oficial en español de la obra original en inglés (World Health Organization, 2018).</p>	<p>Su misión es asegurar que todas las personas tengan acceso a entornos seguros y propicios, así como a diversas oportunidades para mantenerse físicamente activas en su vida cotidiana, como un medio que permita mejorar la salud individual y comunitaria, y contribuir al desarrollo social, cultural y económico de todas las naciones, desde la mirada de la OMS. En el caso de la OPS, la mirada es de alcance regional (América Latina y el Caribe).</p>	<p>Plantea la reducción de la inactividad física en adultos y adolescentes para el 2030. Para ello, establece cuatro objetivos estratégicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crear una sociedad activa</li> <li>2. Crear entornos activos</li> <li>3. Fomentar poblaciones activas</li> <li>4. Crear sistemas activos</li> </ol>

**Fuente:** Elaboración propia.

El común denominador de las acciones enunciadas en la tabla anterior es el interés de ambas por disminuir la inactividad física y, en consecuencia, propiciar las condiciones necesarias para la práctica cotidiana de actividades físicas, mismo interés que persigue el

sistema francés analizado. Razón por la cual, la Organización Panamericana de la Salud traza planes estratégicos de impacto regional con la finalidad de crear una sociedad activa con entornos y sistemas activos, siguiendo y apoyándose en las directrices y recomendaciones mundiales.

De ahí la relevancia que tiene la práctica de actividades físicas y deportivas desde edades tempranas, esencialmente en la adolescencia, para los Estados Americanos. El trabajo educativo y de comunicación realizado principalmente con las nuevas generaciones ayuda a concientizar sobre los beneficios de la actividad física no solo en el ámbito de la salud y el bienestar personal, sino también en el ámbito social, económico y medioambiental; por ejemplo, al favorecer el desplazamiento andando o en bicicleta y disminuyendo el riesgo de contraer enfermedades no transmisibles.

Otra perspectiva regional sobre la actividad física y el deporte es la que propone la Unión Europea (UE) precisamente dentro de su continente y, por tanto, dentro del territorio francés. Podemos decir que el deporte y la actividad física entran en la agenda de la comunidad europea mediante el Tratado de Lisboa de 2009. En un inicio se divulgan las prerrogativas económicas y sociales de la práctica deportiva y se afrontan algunas amenazas de la actividad como “el amaño de partidos, la violencia o el dopaje” (UE, 2014, p. 5).

De cierta manera, se procura sentar las bases para regular y controlar la competición en el deporte. Asimismo, los estados miembros de la Unión Europea son persuadidos en cuanto a la instauración de políticas y reglas dentro de los entrenamientos y competencias deportivas, y a la adopción de una mirada más abarcadora dentro del marco educativo. En este sentido, la comunidad europea implementa una serie de acciones resumidas a continuación.



**Tabla 9. Acciones de la UE**

ACCIONES	PARTICULARIDADES	CONTRIBUCIONES
Carta Europea del Deporte. (1992)	Define el deporte como un factor importante del desarrollo humano, por lo que propone a los gobiernos la adopción de medidas coherentes con las disposiciones establecidas. Para ello, se plantea como objetivo brindar a cada persona la posibilidad de practicar deportes, diseñando programas de educación física para jóvenes, garantizando un entorno sano y seguro para practicar deportes y participar en actividades físicas recreativas, y creando la posibilidad de mejorar el nivel de rendimiento y el potencial de desarrollo personal si fuere posible. De ahí que pone atención al cuidado y desarrollo de los fundamentos morales y éticos del deporte.	<p>-Estimula la toma de medidas pertinentes para el desarrollo de la capacidad física de los jóvenes, implementando programas de práctica de deportes, de actividades recreativas y de educación física, con las condiciones necesarias y el personal calificado.</p> <p>-Ofrece ayudas financieras y recursos públicos para el cumplimiento de los objetivos trazados respecto a la práctica de deporte. Si bien aclara la importancia de que el sector deportivo genere ingresos para su propio desarrollo.</p> <p>-Reconoce el impacto positivo de la cooperación europea e internacional sobre los objetivos trazados.</p>
Plataforma Europea de Acción sobre Alimentación, Actividad Física y Salud. (2005)	Bajo la dirección y gestión de una comisión organizadora, se abre un espacio al diálogo y al intercambio de opiniones sobre alimentación, actividad física y salud entre diversas entidades de la región.	<p>-Constituye un modelo de coordinación de las medidas sobre alimentación, actividad física y salud entre distintos agentes de la sociedad.</p> <p>-Promueve iniciativas a nivel local, regional y/o nacional en todo el territorio europeo.</p>
Directrices de actividad física de la UE. (2008)	Se presentan tres dimensiones de la relación educación - actividad física: la educación física en la escuela, la actividad física en las comunidades de la localidad (clubes y organizaciones deportivas), y la educación y	-Reconoce la incidencia positiva de la Educación Física en el comportamiento saludable de niños y jóvenes.

	<p>formación para los educadores físicos, entrenadores y profesionales de la salud. De ahí que se señala el rol relevante de la asignatura Educación Física (generalmente materia obligatoria) para enseñar de forma atractiva sobre estilos de vida saludables, y fomentar el interés por la actividad física.</p>	<p>-Indica que la escuela debe organizar actividades cotidianas para todos los cursos, desarrollando juegos en el patio o en las áreas de deporte, en el horario escolar y/o extraescolar.</p> <p>-Enmarca como actores de influencia: los profesores de la escuela, los educadores en las guarderías, los entrenadores en el deporte y en los clubes deportivos, y los padres, fundamentalmente para los menores de doce años.</p> <p>-Posibilita la colaboración con socios de la localidad para promover la actividad física como parte del estilo de vida de los estudiantes.</p>
<p>Libro Blanco sobre el deporte. 2007</p>	<p>Representa la primera iniciativa adoptada por la Comisión de las Comunidades Europeas para abordar en profundidad los problemas relacionados con el deporte. Su objetivo general es proporcionar orientaciones estratégicas sobre el papel del deporte en Europa, con el fin de estimular el debate sobre temas específicos, mejorar la visibilidad del deporte en la elaboración del proceso de decisión de la Unión Europea y crear una conciencia pública sobre las necesidades y características específicas del sector.</p>	<p>-Reconoce que el deporte genera importantes valores como el trabajo en equipo, la solidaridad, la tolerancia y la lealtad.</p> <p>-Afirma que el deporte tiene un rol importante en la identidad de la sociedad europea. De ahí que la política de la UE promueve el papel del deporte para las personas, la comunidad y la economía.</p> <p>-Centra su atención en temas importantes como la aplicación de la ley en el ámbito del deporte y en la definición de acciones relacionadas con el deporte y la conducta apropiada al nivel de la Unión Europea.</p> <p>-Identifica las amenazas y los problemas que enfrenta el deporte. Por ejemplo: la presión comercial, la explotación de jóvenes jugadores, el dopaje, el racismo, la violencia, la corrupción y el lavado de dinero.</p>

**Fuente:** Elaboración propia.

Tras analizar las acciones implementadas en diferentes momentos dentro del contexto europeo, se evidencia el interés por promover el deporte como estilo de vida saludable, constatando que la prevención y la lucha contra la violencia y la intolerancia en el deporte ha sido una inquietud de las instituciones desde hace varios años. Tengamos en cuenta que ya 1992 la Carta Europea del Deporte planteaba como parte de sus objetivos el cuidado y desarrollo de los fundamentos morales y éticos del deporte, procurando inculcar desde edades tempranas los principios de la ética deportiva. Como complemento se adopta el Código de ética deportiva, creado en el mismo año por el Comité de ministros de la Unión Europea, que subraya las consideraciones éticas adheridas al juego limpio como elemento clave de toda práctica deportiva.

En el Libro Blanco del Deporte la Comisión Europea también reconoce la violencia y el racismo entre las amenazas de la actividad deportiva. Sin embargo, propone impulsar acciones que fomenten una conducta apropiada en el deporte. Razón por la cual señala el potencial de la actividad deportiva en la integración de personas y culturas diferentes, como instrumento generador de valores relevantes como el trabajo en equipo, la solidaridad, la tolerancia y la lealtad.

Entonces podemos decir que el deporte y la actividad física contribuyen al crecimiento económico y social, mejoran la salud pública y propician la unidad entre diferentes comunidades. Sin embargo, también podemos hablar de una incidencia política.

La cuestión del deporte social también comienza a incentivarse desde la Unión Europea. Un ejemplo es el Libro Blanco sobre el Deporte (Comisión de las Comunidades Europeas, 2007), donde se plantea el aprovechamiento del “potencial del deporte para la inclusión social, la integración y la igualdad de oportunidades” (p. 9).

En este caso, la mirada global sobre el deporte está basada en su potencial dentro de la sociedad, específicamente en su función integradora, inclusiva e igualitaria. Por ende, se menciona la importancia que tiene el deporte para “los jóvenes, las personas con discapacidad y las personas procedentes de entornos desfavorecidos” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2007, p. 9). Además, se señala que otro segmento de la sociedad, en el que el deporte puede impactar de manera positiva, es la comunidad de origen extranjero, principalmente los inmigrantes.

El deporte contribuye al diálogo intercultural, fomenta el sentido de pertenencia y la participación, facilitando la integración dentro de la comunidad. Para ello, se explica que los espacios deportivos deben estar al servicio de la población y se anima a los Estados miembros y a las organizaciones deportivas a adaptar sus infraestructuras deportivas y/o crear otras instalaciones que cuenten con las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad física, incluyendo el acceso de personas con discapacidad.

Por lo tanto, se respaldan aquellas acciones dirigidas a promover la inclusión social a través del deporte y la lucha contra la discriminación en el deporte. No solo se refiere a la discriminación por motivos de discapacidad, sino también de género, origen étnico y cultura, poder adquisitivo, ideologías y creencias religiosas, entre otros.

De ahí que un elemento interesante sea la perspectiva de género impulsada en las actividades relacionadas con el deporte. En este sentido, se facilita el acceso a la práctica deportiva de las mujeres inmigrantes y de las mujeres de etnias minoritarias, el acceso de las mujeres a los puestos de toma de decisiones en el ámbito del deporte, y se pretende dar una mayor cobertura al deporte femenino en los medios de comunicación.

A pesar de las disímiles acciones desarrolladas, la Comisión de las Comunidades Europeas plantea la necesidad de aprovechar y utilizar mejor el potencial del deporte como instrumento para la inclusión social en las políticas, acciones y programas de la Unión Europea y los Estados miembros. Si bien esta comisión considera que el deporte contribuye al crecimiento económico, a la creación de empleo y a la evolución de las zonas más desfavorecidas, también afirma que la práctica de actividades deportivas no lucrativas favorece la cohesión social y la inclusión de los grupos vulnerables.

Por último, esto ha sido notable en los años ochenta cuando el Consejo de Europa integra estratégicamente el deporte en su política de inmigración. En su Resolución 81/4 del deporte para inmigrantes se plantea el deporte como un medio de socialización para la población inmigrante. Actualmente, el Consejo de Europa realiza acciones con fines sociales a través del deporte: campañas de lucha contra el racismo y la xenofobia en el deporte, convenciones relativas al diálogo intercultural, así como la creación de una estructura de cooperación intergubernamental dentro del sector deportivo propuesta a las autoridades públicas de los Estados miembros a través del APES (*Accord Partiel Elargi sur le Sport*, traducido Acuerdo Parcial Ampliado sobre el Deporte) (Halleux, 2015).

De ahí la importancia de fomentar la práctica deportiva con fines sociales como esos, puesto que es un espacio donde además se promueven valores que contribuyen a una buena convivencia y favorecen la integración en la sociedad.

## **2.2. La apuesta nacional en Francia por políticas deportivas de integración**

En Francia, el deporte es principalmente considerado como una actividad de ocio, que puede incidir de manera positiva en el estado de salud de la población. Esto se debe en gran medida a la organización del deporte desde edades tempranas, avalada por políticas nacionales y sustentada por programas y proyectos en desarrollo. De igual manera, se trabaja para tener una logística lo más completa posible, que comprende desde la creación de nuevos centros y espacios deportivos hasta el equipamiento de sus miembros con los recursos y materiales necesarios. El objetivo es posibilitar el acceso abierto a la práctica de actividades físicas y deportivas de todas aquellas personas interesadas, especialmente en edades tempranas.

No obstante, es notable el interés de los más jóvenes por el deporte de élite, sobre todo si provienen de barrios vulnerables, para quienes “c’est aussi la promesse d’une autoroute vers le succès. (...) et surtout, l’annonce de deux réussites : la richesse et la reconnaissance” (Ramdani, 2015, párr. 4). Ser un deportista de alto nivel representa una vía para que los jóvenes salgan del entorno de barrios desfavorecidos, probablemente acompañados de éxito, riqueza y reconocimiento.

Si bien solo unos pocos logran obtener dicho estatus, suele mirarse el ejemplo de quienes alcanzan la meta. Entre ellos tenemos varios deportistas famosos franceses (generalmente futbolistas) que provienen, precisamente, de barrios vulnerables: Karim Benzema, Kylian Mbappé, Gaël Monfils, Paul Pogba, por mencionar algunos.

No es menos cierto que en las últimas décadas podemos decir que una perspectiva funcionalista del deporte en el mundo entero, y específicamente en Francia, ha sido proponer un cambio de situación social a las clases más humildes y que tienen orígenes culturales y étnicos diferentes, como en el caso de los deportistas citados.

Las políticas deportivas de integración en Francia tienen sus inicios en los años ochenta. En esta etapa, según Charrier et al. (2012), se comienzan a utilizar actividades deportivas

y artísticas con fines preventivos, de animación y de inserción en las zonas urbanas. De acuerdo con algunos autores (Charrier et al., 2012 y Gasparini y Vieille Marchiset, 2008), esta tendencia en el deporte de la época no se debe a éxitos deportivos obtenidos, sino que constituye una respuesta política a la crítica situación social existente en zonas urbanas, denominadas *banlieues*, de varias ciudades francesas.

Hablamos de comunidades compuestas por familias de inmigrantes, con trabajos precarios, que sufren la discriminación y cuyos adolescentes y jóvenes suelen abandonar la escuela o tienen un bajo nivel de estudios, de modo que se dificulta su desenvolvimiento económico. Entonces, estos jóvenes se enfrentan a un presente complejo y a un futuro desesperanzador, creciendo el sentimiento de desvinculación y no integración social reforzado por las diferencias culturales y religiosas (Paillé y Mucchielli, 2012).

Sin embargo, esta problemática provoca el cuestionamiento de las políticas sociales, educativas y de integración en el territorio francés, lo cual sienta las bases para las nuevas políticas de integración pronunciadas desde el deporte. Con el objetivo de disminuir la delincuencia y el desorden civil, así como ocupar el tiempo libre de los jóvenes, se propone la práctica deportiva fuera del barrio (en establecimientos deportivos y/o en lugares naturales) y en temporadas y horarios de riesgo, como los fines de semana y las vacaciones, que son de alto riesgo porque no hay clases y tienen mayor tiempo libre.

Una de las políticas más destacadas ha sido la *Opération Prévention Été* (OPE, traducido literalmente Operación Prevención Verano), que aparece como respuesta a los hechos de vandalismo que tuvieron lugar durante el verano de 1981. Los jóvenes de un barrio marginal del sur de Francia comenzaron a perturbar el orden público: robaban coches, conducían a alta velocidad, incendiaban coches y negocios, no respetaban las barreras colocadas por las autoridades y se originaban enfrentamientos violentos con la policía (Lapeyronnie, 1985).

La solución encontrada ante estos actos de violencia ha sido ofrecer una serie de actividades durante el verano para esos adolescentes y jóvenes que al terminar el curso escolar pasaban el tiempo en las calles. La OPE se activaba cada año durante el verano y su estrategia consiste en proponer actividades atractivas e innovadoras, las cuales pueden desarrollarse en el barrio o no. Entre esas actividades tenemos el deporte y la actividad

física, cuya propuesta podía ser en las estructuras deportivas de la comunidad o en campamentos deportivos de verano.

A partir del año 1995 pasa a ser *Ville, Vie, Vacances* (VVV) y este programa logra ampliarse a todas las vacaciones escolares, con una propuesta cultural, deportiva y de ocio para adolescentes y jóvenes que viven en barrios sensibles a la marginación y a la delincuencia (Web Sénat, 2022). Este tipo de iniciativas buscan prevenir el aumento de la segregación y la vulnerabilidad social.

Efectivamente, alrededor de la década del noventa, se observa una evolución dentro de la política de integración en Francia. La nueva estrategia se apoya en los valores educativos del deporte y busca la proximidad con el barrio para incentivar esos valores, estrategia que forma parte del programa *Sport de Proximité* (deporte de proximidad). De ahí surge el deporte de proximidad para fomentar la práctica deportiva dentro del propio barrio, con la finalidad de estimular la cohesión social y favorecer la inserción social de los más jóvenes. Si bien son programas desarrollados a nivel nacional, se organizan e implementan según las particularidades de la política local (Vieille Marchiset, 2003).

Esta iniciativa deportiva es desarrollada por el Ayuntamiento de París (capital) como herramienta de intervención social, aunque también de tipo cultural dada la pluriculturalidad acentuada en las zonas contempladas dentro del proyecto. Dirigido fundamentalmente a adolescentes, aunque también trabaja con adultos, el programa propone una amplia variedad de actividades de forma gratuita, garantizando un acceso fácil para todos.

El origen de este proyecto data de los años noventa, cuando el *Ministère de la Jeunesse et des Sports* presenta un comunicado sobre el deporte y la inserción de los jóvenes. De ahí la propuesta para construir 1000 instalaciones deportivas locales, de proximidad, abiertas y gratuitas para propiciar el encuentro entre jóvenes.

Destinés à répondre aux attentes des jeunes qui vivent dans les quartiers les moins équipés, sont les moins touchés par les associations sportives traditionnelles et fréquentent peu les équipements classiques, ces nouveaux équipements choisis localement et implantés au cœur des cités constitueront des lieux ouverts de pratique sportive et de rencontre des jeunes. (Bredin, 1991)

El objetivo del programa ha sido llegar a los barrios menos equipados y desfavorecidos de París centro, por lo general aquellos con mayores dificultades socioeconómicas y caracterizados por una gran diversidad cultural. La creación de este nuevo espacio para facilitar y favorecer la práctica deportiva se logra con la participación de los propios jóvenes implicados.

L'accent a été mis dans les conventions conclues avec les communes sur la participation des jeunes à la définition du projet et à l'installation et à la gestion de ces équipements, sur la possibilité pour un jeune, dans chaque site, de suivre une première formation aux métiers de l'animation. (Bredin, 1991)

Los jóvenes participaron no solo en la organización y construcción de las instalaciones deportivas, sino que también se brindó la oportunidad a un joven de cada comunidad de recibir una formación como animador, pasando a ser un actor activo dentro del proyecto. El proyecto patrocinado y apoyado por el movimiento deportivo, destacando deportistas de alto nivel y algunas empresas, ha ofrecido a los jóvenes un lugar para practicar deporte en su propia localidad y, al mismo tiempo, un espacio para la formación y el acceso a un empleo como animadores y/o educadores deportivos.

Actualmente, el encuentro con el deporte dentro del programa *Sport de Proximité* es posible durante toda la semana en diferentes barrios del centro de París, bajo la supervisión de educadores de la ciudad o de asociaciones deportivas (Mairie de Paris, 2022). Este programa tiene un gran impacto en la comunidad como parte de los proyectos de intervención pública y social desarrollados en la sociedad francesa.

Es importante subrayar la variación evolutiva de la perspectiva del deporte llevada a cabo, de una década a otra, dentro de la estrategia de integración. En un inicio se pretende ocupar el tiempo libre de los jóvenes de barrios marginales proponiendo actividades deportivas fuera de este entorno, pero posteriormente se enfoca el deporte desde su valor educativo para lograr un impacto y/o efecto de transformación a través de encuentros dentro del propio barrio, como espacio de referencia para estos jóvenes. En este caso, los valores del deporte se han promovido para incentivar el cambio social en los barrios y zonas urbanas marginales.



### **2.2.1. El apoyo al deporte escolar: *Union Nationale du Sport Scolaire***

Los esfuerzos realizados en Francia para llevar el deporte y sus valores a los más jóvenes no se han centrado solo en comunidades desfavorecidas y/o barrios marginales, sino que también se han trasladado a los centros escolares.

Para ello, la *Union Nationale du Sport Scolaire (UNSS)*, traducido Unión Nacional del Deporte Escolar, como federación francesa del deporte escolar y miembro de la Confederación del Deporte Escolar y Universitario (*Confédération du Sport Scolaire et Universitaire* en francés), interviene en los institutos y se encarga de organizar la práctica deportiva de adolescentes miembros y su participación en eventos deportivos. Esta federación está presente en cada centro escolar de Enseñanza Secundaria a través de las *Associations Sportives (AS)* que agrupa, las cuales abordaremos más adelante.

En la búsqueda de una práctica deportiva accesible a todas y a todos, la UNSS propone disímiles modalidades del deporte con sus diferentes categorías, por ejemplo: fútbol, baloncesto, gimnasia, natación, judo, boxeo, entre otros (ver Tabla 10). Además, realiza una propuesta que contempla diferentes clasificaciones del deporte, entre las que se señala: deportes colectivos, de combate, de precisión, de raqueta, acuáticos, de naturaleza, etc.; como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 10.** Actividades deportivas propuestas por la UNSS

Sports collectifs	Sports de combat	Activités nautiques	Activité de pleine nature
Baseball	Aikido	Aviron	Char à Voile
Basket-Ball	Boxe Assaut	Canoe Kayak	Course d'orientation
Beach-Volley	Echecs	Planche Voile	Équitation
Football	Escrime	Plongée Subaquatique	Escalade
Futsal	Full Contact	Rafting	Kite Surf
Handball	Judo	Sauvetage	Parapente
Hockey Gazon	Karaté	Surf Body	Raid Multi-Sports
Hockey Glace	Kick Boxing Light	Surf	Rando Pedestre
Kayak Polo	Lutte	Voile	Roller Skate
Rugby	Boxe Française	Voile Légère	Ski Alpin
Rugby XIII		Voile Habitable	Ski Nautique
Sand Ball	<b>Sports de raquettes</b>		Ski Nordique
Ultimate	Badminton		Snowboard
Volley-Ball	Badten	<b>Performances</b>	VTT
Water-Polo	Pelote Basque	Activités Subaquatiques	Spéléologie
	Squash	Athlétisme Estival CLG	Yole Ronde
<b>Activités artistiques et d'expression</b>	Tennis	Athlétisme Hivernal	
Arts du Cirque	Tennis de Table	Athlétisme Estival LYC	<b>Activités enchainées</b>
Danse Choré		Athlétisme Relais CLG	Aquathlon
Danse Sportive	<b>Précision</b>	Aviron Indoor	Biathlon Nord
Danse Hip Hop	Golf	BMX	Run & Bike
Double Dutch	Pétanque	Circuit Training	Duathlon
Gym Aérobie	Sports Boules	Cross Country	Laser Run
Gym Acro	Bowling	Cyclisme Piste	Triathlon
Gym Artistique	Tir à L'arc	Cyclisme Route	
Gym Rythmique	Tir Sportif	Cyclo-Cross	<b>Sport partagé</b>
Natation Synchro		Haltérophilie	Jeux de L'UNSS
Tumbling	<b>Activités de la forme</b>	Natation	Jeux des Jeunes
Trampoline	Fitness		Sport Partagé Multi Activités
Step	Stretching		Sports Glace
			Challenge JO

**Fuente:** Elaboración propia a partir de UNSS (2021).

La *Union Nationale du Sport Scolaire* debe sus orígenes a la Oficina del Deporte Escolar y Universitario (*Office du Sport Scolaire et Universitaire - OSSU*), creada en 1938. La OSSU ha sido la primera estructura oficial, y a su vez eficaz, del deporte escolar en Francia, que pretendía generalizar la práctica deportiva escolar y centralizar su organización (UNSS, 2021). Posteriormente, se hacen varias modificaciones a nivel

denominacional y estructural, se separa el deporte escolar y el deporte universitario, hasta que en 1975 pasa a ser la federación que conocemos hoy como *Union Nationale du Sport Scolaire*, estableciendo la diferencia con la *Fédération Nationale du Sport Universitaire (FNSU)*.

Luego, con la *Loi Avice*, como también se conoce a la *Loi du 16 juillet 1984*, se proyectan nuevas perspectivas educativas en el deporte escolar, siendo las actividades físicas y deportivas un elemento fundamental de la educación, de la cultura y de la vida social; y un derecho de todos sin importar su sexo, su edad, su capacidad o su condición social.

Les activités physiques et sportives constituent un facteur important d'équilibre, de santé, d'épanouissement de chacun ; elles sont un élément fondamental de l'éducation, de la culture et de la vie sociale. Leur développement est d'intérêt général et leur pratique constitue un droit pour chacun quels que soient son sexe, son âge, sa capacité ou sa condition sociale. (*Loi du 16 juillet 1984, art. 1*)

Las nuevas perspectivas centran mucho más su enfoque en los objetivos escolares. Asimismo, esta ley define la misión de servicio público que tiene el deporte escolar: deportivo, con el fin de practicar actividades dentro del marco institucional del estado; educativo, para sensibilizar sobre la vida asociativa; y cultural, buscando la apropiación del deporte y de la actividad física como parte de la cultura (UNSS, 2021).

Siguiendo esta línea, la *Charte du Sport Scolaire* (UNSS, 1998) corrobora las nuevas perspectivas del deporte escolar, centradas en la vida escolar y principalmente en sus pilares educativos y sociales. Si bien este documento fue aprobado en 1993, es en la reedición de 1998 donde se sintetizan sus dos grandes enfoques: la práctica del deporte por una gran mayoría de personas, con el respeto de la ética deportiva y humanista; y el aprendizaje de la responsabilidad y la ciudadanía para fomentar la asimilación y la integración.

Considerando dichas perspectivas y enfoques, varios programas son elaborados por la UNSS para describir las acciones y medidas específicas a llevar a cabo durante un período aproximado de cuatro años. Para ello se tienen en cuenta los objetivos de la UNSS planteados dentro de sus estatutos, los cuales se aprobaron en el Decreto de 13 de marzo de 1986:

L'association dite Union nationale du sport scolaire (UNSS) a pour objet d'organiser et de développer la pratique d'activités sportives, composantes de l'éducation physique et sportive et l'apprentissage de la vie associative par les élèves qui ont adhéré aux associations sportives des établissements du second degré. (Décret du 13 mars 1986, p. 1)

Razón por la cual, los programas antes mencionados pasan a ser parte de un plan de deporte escolar de alcance nacional. Recientemente, la UNSS ha implementado el Plan Nacional de Desarrollo del Deporte Escolar 2020-2024 (*Plan National de Développement du Sport Scolaire*), como continuación del plan precedente 2016-2020.

Además de organizar y desarrollar la práctica de actividades deportivas con los escolares, estos planes han marcado algunas pautas estratégicas para su implementación. Nos referimos a tres elementos fundamentales dentro de la estrategia: *Accessibilité*, *Innovation*, *Responsabilité*, los cuales conciernen a todos los actores y públicos implicados (Figura 2) y se aplican para lograr “un sport scolaire révélateur de talents, au service de la réussite de tous, porteur des valeurs de l'école et de l'olympisme au service de la mise en œuvre des politiques publiques” (UNSS, 2020, p. 10).

**Figura 2.** Actores y públicos del Deporte Escolar



**Fuente:** Elaboración propia a partir de UNSS (2021).

En este caso, hablamos de accesibilidad “pour un sport scolaire ambitieux, durable et accessible à tous les publics, sur tous les territoires, ouvert sur le monde” (UNSS, 2020, p. 10); o sea que se busca garantizar la aproximación al deporte escolar de todos los públicos (alumnos, padres, asociados, etc.) y en todos los territorios. Por ende, se brinda el acceso a las actividades deportivas a la mayor cantidad posible de estudiantes, se incentiva la práctica deportiva femenina en los diferentes niveles y modalidades del deporte, así como se favorece la participación de alumnos con algún tipo de discapacidad, ya sea física, intelectual o múltiple.

Otro de los objetivos estratégicos es la innovación en el deporte escolar, “un sport scolaire innovant, répondant aux besoins et aux attentes des élèves” (UNSS, 2020, p. 10). La innovación promueve la diferencia mediante la apertura y la creatividad, y tiene en cuenta las necesidades y expectativas de sus miembros, brindándoles una mayor participación. Por ejemplo, cuando se proponen los horarios y programas de las actividades deportivas se toman en consideración las opiniones de los alumnos en cuanto a la propuesta deportiva, su desarrollo y organización. Asimismo, se estimulan y se promueven proyectos innovadores, propiciando espacios de intercambio y de gestión fundamentalmente en el seno del colegio.

Un último elemento, aunque no menos importante, es la responsabilidad, uno de los valores que se promueven dentro del deporte escolar. Dentro de la proyección nacional para el deporte escolar se pretende incentivar “un sport scolaire éthique, solidaire, démocratique, pour favoriser l’engagement, le vivre ensemble et les projets collectifs” (UNSS, 2020, p. 10). De ahí que se contemplen algunos valores que se consideran clave para lograr un mayor compromiso por parte de los estudiantes, mejorar la convivencia y las relaciones sociales, y favorecer el desarrollo de proyectos colectivos y comunitarios. Por consiguiente, se promueve un deporte escolar ético con valores como el respeto, la solidaridad, el trabajo en equipo y la responsabilidad; y se potencia su importancia para la salud y el bienestar como individuo y ser social. Para ello, se realiza toda una labor de prevención contra algunas amenazas del deporte como la discriminación, el dopaje y la violencia.

En este sentido, el Plan Nacional de Desarrollo del Deporte Escolar (2020-2024) ha planteado las cuatro principales misiones del deporte escolar en la enseñanza secundaria y el bachillerato, como se muestra en la siguiente figura:

**Figura 3. Misiones del Deporte Escolar**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de UNSS (2020).

Como se observa en la figura anterior, dentro de estas misiones se hace alusión al elemento cultural del deporte escolar. No solo se descubre y se practica el deporte, sino que también se adquiere una cultura del deporte que integra el aprendizaje, la preparación y el desarrollo deportivo del atleta con el fin de potenciar sus capacidades. Además, el deporte escolar es un medio que asegura la transición de la práctica deportiva realizada en la escuela hacia la práctica deportiva al exterior, que pudiera llegar a ser parte de los hábitos de vida saludables.

El deporte escolar también tiene una misión educativa. En este caso, el deporte escolar favorece la formación equilibrada, fundamentalmente, de aquellos jóvenes que pertenecen a la AS de su colegio. Además, se reconoce la incidencia positiva del deporte en el éxito académico y su aporte a la integración e inclusión del otro. Respecto a la vida escolar, el deporte ayuda a mejorar la convivencia, promueve el respeto al otro y la aceptación de las diferencias, lo cual contribuye a la reducción de las desigualdades. Es por ello, que también se refuerza el deporte escolar como una herramienta al servicio de la igualdad de género y de los valores propios, tanto de la escuela como de la práctica deportiva.

De ahí la manifestación de otra de las misiones del deporte, la misión social. Dentro del marco social, se observa las potencialidades del deporte escolar para reunir adolescentes y jóvenes de medios sociales y orígenes diferentes. Por tanto, como bien plantea la UNSS: “le sport scolaire représente un instrument privilégié pour lutter contre toutes les formes de discriminations” (2020, p. 4). De tal manera que favorece el acceso y el intercambio de valores, entre ellos los valores propios del colegio.

Asimismo, se acentúa la misión importante que tiene el deporte para la salud pública en general. La actividad física tiene una incidencia positiva en el estado de salud de todas aquellas personas que la practican. Así, el deporte escolar promueve un estilo de vida saludable a través de la práctica deportiva de manera regular, desde edades tempranas. De esta manera, se pretende mejorar la salud de todas las personas, combatir ciertas enfermedades y brindar a adolescentes y jóvenes un desarrollo físico y mental equilibrado.

Como bien se ha explicado, este plan de deporte escolar se aplica en las diferentes regiones del territorio francés, si bien se aprecia mejor su impacto dentro de las pequeñas comunidades; es decir, a nivel local. De ahí el importante papel que juegan las denominadas *Associations Sportives* en la implementación del programa de deporte escolar en secundaria que se propone a los jóvenes. Al respecto, profundizaremos en el siguiente epígrafe.

Es importante mencionar que, aunque no forman parte de nuestro objeto de estudio, existen otras federaciones oficiales equivalentes a la federación multideportiva UNSS, como la Unión Deportiva de la Enseñanza de Primer Grado (USEP), federación del deporte escolar en las escuelas primarias públicas; y la Federación Deportiva Educativa de la Enseñanza Católica (UGSEL) que organiza y desarrolla la actividad deportiva escolar en los colegios católicos de la enseñanza primaria y secundaria.

### **2.3. La mirada local desde la *Association Sportive***

En el seno de las comunidades escolares en Francia se encuentran las asociaciones deportivas, traducción del término original en francés: *Les Associations Sportives*. Dichas asociaciones son responsables de la organización del deporte escolar en horario extraescolar, aun cuando se trabaja de forma coordinada con el programa académico vigente.

En el presente apartado conoceremos más sobre las asociaciones deportivas. Además, se muestra nuevamente el potencial del deporte para desarrollar actividades que sean sanas y divertidas, y que también logren la participación activa y promover valores como la disciplina, el respeto y el trabajo en equipo.

### **2.3.1. Association Sportive**

Cada *Association Sportive (AS)* está afiliada a la *Union Nationale du Sport Scolaire (UNSS)*, federación que facilita la coherencia y el trabajo colaborativo entre las asociaciones. Si bien desde el enfoque organizativo, la AS simboliza la descentralización de la UNSS a nivel local, creando una dinámica positiva dentro del centro educativo y, a su vez, teniendo un impacto asertivo en la comunidad (barrio, ciudad, clubes deportivos, asociaciones).

De acuerdo con lo establecido por la ley en Francia, en cada centro escolar del denominado *second degré* (es decir en los colegios de la Enseñanza Secundaria Obligatoria o *collèges*, de Bachillerato o *lycées*, y de Formación Profesional o *lycées professionnels*) debe existir una asociación deportiva responsable del deporte escolar, siendo una obligación legal que responde a la *Loi n°84-610 du 16 juillet 1984 (Loi sur le sport)*. Las leyes no deben ser inamovibles, en el sentido de que deben evolucionar según la sociedad, lo cual se puede comprobar con esta ley que fue completada con modificaciones hechas años más tarde, específicamente en el año 2003 con la *Loi n°2003-339 du 14 avril 2003 - art. 9 JORF 15 avril 2003*, para lograr un mayor desarrollo de la actividad física y deportiva y un mejoramiento en su organización y estructuras.

La creación de las asociaciones deportivas, en los diferentes niveles de enseñanza mencionados, ha permitido la implementación de un programa de deporte escolar más completo y coherente en beneficio de los escolares, sobre todo durante el paso de una estructura educativa a otra. Esto se concretiza con el proyecto de deporte que toda AS debe elaborar a partir de las orientaciones de la UNSS, el cual debe adaptarse al contexto local y articularse con el proyecto de Educación Física. Todo esto debe ser coherente con el programa educativo del centro, dando la posibilidad de establecer colaboraciones con otras asociaciones y organizaciones locales (Circulaire n° 2010-125).

En este sentido la organización constituye un elemento clave para el buen funcionamiento de la asociación deportiva dentro del centro escolar. Una asociación deportiva está presidida por el director del centro, quien, junto a un encargado de finanzas, también denominado tesorero según Rabaza (E1, 2020), y a un secretario, supervisa las condiciones y los recursos para el buen desenvolvimiento de las actividades deportivas en un entorno propicio. De esta manera se garantiza la coherencia del programa de deporte escolar de la AS con el proyecto pedagógico de Educación Física del colegio.



Luego tenemos a los profesores de Educación Física (*Éducation physique et sportive*) sobre el terreno. Son estos profesores quienes animan y desarrollan la práctica deportiva con los estudiantes, consagrando un promedio de tres horas comprendidas dentro de su horario de trabajo, como está establecido en el decreto de 2014 (Décret n° 2014-460).

Como bien explica el profesor Cornette (E2, 2020), las chicas y los chicos interesados en practicar deportes fuera del curso obligatorio de Educación Física, tienen la posibilidad de escoger y realizar una o varias actividades deportivas cada semana dentro de la asociación deportiva escolar. Esto requiere su adhesión a la asociación, que en dependencia del colegio puede tener un costo más o menos simbólico, es decir, económico respecto al nivel de vida promedio del alumnado del centro escolar.

Las actividades deportivas son propuestas de manera abierta a todos los alumnos y a lo largo de todo el año escolar, representando un complemento de las horas establecidas dentro de la asignatura de Educación Física. De ahí que la asociación deportiva elabora un programa que busca la participación de la mayor cantidad de estudiantes. Para ello, se toma en cuenta la diversidad existente dentro del propio estudiantado y se da participación a sus representantes para lograr una propuesta de actividades físicas y deportivas lo más adaptada posible.

Además, para un mejor funcionamiento de la actividad, debe hacerse una coordinación previa con las instalaciones deportivas del sector para reservar las salas y los materiales en función de las disponibilidades, a lo cual debe sumarse el trabajo sistemático de colaboración con los clubes deportivos y las autoridades locales. Una vez que el programa es aprobado, se integra al proyecto del establecimiento, por lo que la asociación deportiva también participa en la animación de la vida escolar y en el buen desempeño y éxito de los alumnos.

Entre los deportes que generalmente propone la AS, se encuentran: el bádminton, el fútbol, el voleibol, el atletismo, el tenis de mesa y el baloncesto. Si bien algunas de estas modalidades destacan entre las más practicadas por la población adolescente, la propuesta suele ampliarse según las condiciones y recursos de cada asociación, teniendo como referencia la lista de deportes que propone la UNSS (ver Tabla 17). La práctica deportiva de la AS contempla las sesiones de entrenamiento, los encuentros de carácter amistoso y las competencias, además de eventos puntuales que se alternan a lo largo del año escolar, como los torneos entre clases o los partidos deportivos de localidad.

En cuanto a las competiciones, en primer lugar, se llevan a cabo a nivel de distrito; en segundo lugar, a nivel departamental y; en tercer lugar, se organizan las finales entre las academias de educación, finalizando con las competiciones nacionales. Comenzar con las competiciones locales permite el encuentro entre los centros educativos de la misma zona geográfica, a poca distancia unos de otros, lo que potencia la organización de partidos con más frecuencia y ofrece un mayor acceso a menor costo.

Asimismo, la competición es organizada por niveles de dificultad, con un total de tres niveles, donde el tercero es el superior. No obstante, es posible hacer una transición al nivel superior una vez que se gana el Campeonato Nacional. A saber, que la AS del *Collège Robert Desnos*, nuestro caso de estudio, compite en el primer nivel.

Si bien la manera en que se ha diseñado la competición de la AS es semejante a la competición de élite, lo cierto es que para la mayoría de los chicos y las chicas la motivación primera no son los resultados competitivos, sino la práctica deportiva en su dimensión lúdica y social. Esto explica que generalmente en la adolescencia se practiquen deportes por placer y diversión, para descubrir nuevas actividades y, sobre todo, para compartir entre amigos. De ahí también la aceptación y el éxito que han tenido los encuentros amigables.

El deporte escolar que propone la AS se realiza en horario extracurricular, generalmente los miércoles en las tardes debido a que no hay clases durante este tiempo según el calendario oficial, puesto que por decreto se reserva este espacio para la realización de entrenamientos, encuentros deportivos y competiciones de la UNSS (Circulaires n° 98-144 et 98-119JS). No obstante, el empleo del tiempo extraescolar puede variar y ampliarse de un centro educativo a otro, siempre que se preserve el espacio de actividades, competiciones y/o encuentros deportivos comunes entre colegios. Algunas asociaciones deportivas, teniendo en cuenta el programa escolar, ofrecen además la oportunidad de practicar deporte escolar otros días de la semana, durante la pausa de comida y/o en la tarde después de clases, siempre respetando el horario curricular.

La posibilidad de participar en varias actividades deportivas, durante diferentes días de la semana, favorece la implicación de los estudiantes en la vida de la asociación deportiva y, por ende, en la organización de encuentros y competiciones. En la organización de dichos eventos juega un papel importante el estudiante que es vicepresidente de la AS,

quien representa a sus coetáneos y participa en la toma de decisiones relacionadas con la asociación al formar parte del Comité de Dirección.

Es necesario aclarar que, en nuestro caso de estudio, en el *Collège Robert Desnos*, a pesar de ser una posibilidad, no hay un estudiante que forme parte de la dirección de la AS. Según su presidente, la asociación deportiva está dirigida por “el jefe del colegio, el director, que es el presidente digamos de la asociación, tenemos un (.) el tesorero que se ocupa del, del (.) del dinero de la asociación y un secretario” (E1). Sin embargo, sí hay alumnos que integran el Comité de Dirección del instituto.

Los eventos deportivos tienen la particularidad de ser protagonizados por los propios alumnos, no solo como competidores sino también como árbitros y jueces, siendo denominados *jeunes officiels* (traducido: jóvenes oficiales). Esta opción se pone al alcance de los escolares a través de una formación en organización, arbitraje, gestión e informes que fomenta la AS y que se certifica con el diploma *Jeune Officiel UNSS*, el cual es válido dentro de la comunidad deportiva y se puede usar para buscar unas prácticas profesionales o bien un primer empleo.

Sin embargo, la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos se materializa fundamentalmente en los entrenamientos, sumando la participación en las jornadas de formación, en los encuentros y en las competiciones, donde pueden también ser propuestas por los propios alumnos. Es importante señalar que en este tipo de formación se destacan algunos valores esenciales como la responsabilidad, el respeto, la disciplina y el trabajo en equipo, beneficiando la autonomía y la toma de iniciativas del alumno.

La *Association Sportive* brinda la oportunidad a adolescentes y jóvenes de vivir nuevas experiencias con sus amigos en el entorno escolar, al tiempo que practican y siguen descubriendo el deporte. De igual manera, la AS es un espacio donde se comparten valores, que se reflejan tanto en el deporte como en las relaciones y que contribuyen a la educación cívica. Este programa de deporte escolar también incentiva el acercamiento de adolescentes y jóvenes a las actividades efectuadas fuera del horario escolar, lo cual puede crear una puerta de acceso a la vida social y, a su vez, representar una forma de asociación local.

Cuando hablamos de asociación local, es decir dentro de la comunidad, no podemos olvidar el trabajo que se hace con los representantes legales, dígase madres, padres y/o

tutores. Dentro del Comité de Dirección de la AS se selecciona un vicepresidente padre de alumno que representa al resto de los representantes legales y que participa en la toma de decisiones. Este formato garantiza una mejor comunicación entre la asociación deportiva y las familias, a la vez que facilita la implicación de los padres en la práctica deportiva de sus hijos y en el funcionamiento de la AS.

Como se puede apreciar, la asociación deportiva desempeña un rol significativo en la vida escolar. La participación de los estudiantes en la vida de la asociación y en la organización de sus actividades no solo propicia el aprendizaje de valores como la responsabilidad, sino también permite conocer y aplicar las reglas, puede evitar la violencia y facilitar el intercambio cultural, ya sea por la diversidad cultural existente en el centro educativo y/o por los encuentros organizados con invitados extranjeros. Asimismo, dentro de la AS se trabaja la educación para la salud con la intención de prevenir el sedentarismo y los malos hábitos de vida. De ahí la propuesta de programas específicos como por ejemplo: *«Bouge : une priorité pour ta santé »*, presentado por la UNSS.

## Capítulo 3. Enfoque Metodológico

El capítulo que desarrollamos a continuación muestra los fundamentos metodológicos del presente estudio. Primero, se plantean las preguntas y los objetivos de la investigación. Luego, se define la perspectiva metodológica utilizada, así como la población y muestra empleadas. Por último, las técnicas y procedimientos llevados a cabo durante la recogida de información.

### Delimitación del estudio de caso

El estudio se centra en el uso de las redes sociales digitales para promover valores a través de la práctica deportiva en la población adolescente, entre 11 y 15 años, en el ámbito del deporte escolar. En este sentido, se realiza el análisis en su alcance local, tomando como referencia el *Collège Robert Desnos*, ubicado en Orly, *Île-de-France*, uno de los barrios decretados “*Zones d’Education Prioritaires*” (ZEP), debido a las dificultades económicas de sus habitantes y al consecuente deterioro social. También se profundiza en las experiencias comunicativas y deportivas desarrolladas por las *Associations Sportives (AS)* durante los cursos escolares 2017/18, 2018/19 y 2019/20, considerando sus buenas prácticas en el diseño de la propuesta comunicativa de la población adolescente objeto de esta tesis.

### 3.1. Preguntas de investigación

El comienzo del proceso de investigación me llevó a plantear preguntas genéricas a través de las que me fui aproximando al objeto de estudio. El papel que el deporte juega y puede jugar en la transmisión de valores y su aprendizaje conductual, siempre me había motivado y las lecturas académicas de diversos enfoques y paradigmas parecían considerarlo un tema importante de análisis y apoyar su trascendencia.

Como paradigmas teóricos tenemos el de Comunicación para el Cambio Social y el enfoque de Paulo Freire, en los cuales se fomenta la participación y el protagonismo de los sujetos implicados en el proceso de cambio, algo que se ha realizado en esta tesis a partir de la participación de adolescentes franceses en la promoción de valores a través de la práctica deportiva.

Tras una pequeña investigación sobre esta temática en España, que ha servido como primera aproximación al tema, me pareció que podía ser interesante y de utilidad social abordar el análisis de caso en un contexto vulnerable para contrastar los planteamientos teóricos. Por eso, las preguntas específicas vinculadas al espacio social analizado se centran en normativas y políticas deportivas y educativas del estado francés.

Para comenzar me surgieron numerosas y diversas preguntas:

1. ¿Cuáles son los marcos institucionales y las políticas públicas (normativas, planes, programas) existentes en Francia, con relación a la práctica deportiva de la población adolescente (con una mirada más enfocada sobre la promoción de valores)?
2. ¿Qué aspectos políticos, económicos y sociales condicionan la práctica deportiva de la población adolescente en el *Collège Robert Desnos*, en Orly, *Île-de-France*?  
¿Cuáles son las principales características de la práctica deportiva de la población adolescente en este centro educativo? ¿Qué factores facilitan y/o entorpecen su práctica deportiva?
3. ¿Cuáles son los valores positivos que aporta la práctica deportiva, individual y colectivamente, a la población adolescente, específicamente en el *Collège Robert Desnos*, en Orly, *Île-de-France*?
4. ¿Cómo se trabajan los valores con la población adolescente a través de la práctica deportiva, específicamente en el *Collège Robert Desnos*, en Orly, *Île-de-France*?  
¿Desde qué actores, roles y competencias fundamentales se ha asumido la promoción de valores a través de la práctica deportiva de la población adolescente en el *Collège Robert Desnos*?
5. ¿Qué acciones comunicativas se realizan para la promoción de valores a través de la práctica deportiva de la población adolescente, específicamente en el *Collège Robert Desnos*, en Orly, *Île-de-France*? ¿Quiénes son los responsables de estas acciones?
6. ¿Cuáles son las potencialidades comunicativas y educativas de las redes sociales digitales para promover valores a través de la práctica deportiva de adolescentes a adolescentes, específicamente en el *Collège Robert Desnos*, en Orly, *Île-de-France*? ¿Cómo podrían ser útiles en el diseño de una propuesta comunicativa a nivel micro que pueda ser extrapolable a escalas mayores?

Teniendo en cuenta estos intereses la aproximación metodológica remite a la Investigación-Acción Participativa, que integra todos los paradigmas que contextualizan esta investigación.

Finalmente, tras una primera aproximación al contexto específico, las preguntas que guiaron mi investigación-acción-participativa fueron:

¿Hasta qué punto la educación popular y el empoderamiento para la acción comunicativa enfocada al cambio social y el proceso que conllevan pueden facilitar la reflexión y conducta hacia valores de respeto interrelacionados con otros, en adolescentes de contextos vulnerables a través de la práctica deportiva?

¿Qué acciones comunicativas se realizan para la promoción de valores de respeto interrelacionados con otros, a través de la práctica deportiva de la población adolescente, específicamente en el *Collège Robert Desnos*, en Orly, *Île-de-France*? ¿Quiénes son los responsables de estas acciones?

¿Cuáles son las potencialidades comunicativas y educativas de las redes sociales digitales para promover valores de respeto interrelacionados con otros, a través de la práctica deportiva de adolescentes a adolescentes, específicamente en el *Collège Robert Desnos*, en Orly, *Île-de-France*? ¿Cómo podrían ser útiles en el diseño de una propuesta comunicativa a nivel micro que pueda ser extrapolable a escalas mayores?

### **3.2. Objetivos de Investigación**

La finalidad de nuestro estudio ha sido explorar las posibilidades que se abrían de reflexión y aprendizaje emocional y conductual de valores positivos a través de la planificación y diseño de una campaña que incitara a la práctica deportiva en un grupo de adolescentes vulnerables socioeconómicamente.

El objetivo de investigación y acción se sustenta en la fuerza de la práctica deportiva para la formación en valores cuando está eficazmente enfocado a ello. Y en los planteamientos teóricos que enmarcan esta tesis, la Educación Popular de Freire y la Comunicación para el Cambio Social, cuyas premisas y aportaciones nos han guiado y mostrado su aplicabilidad en contextos y adolescentes desfavorecidos.

La aportación que buscaba esta tesis era tantear, experimentar estos planteamientos en una propuesta comunicativa de promoción de valores de adolescentes a adolescentes a través de la práctica deportiva. Los adolescentes, en este caso, son los protagonistas del proceso creativo y de producción, adquiriendo nuevos conocimientos. La participación adolescente en un proyecto social, desde la comunicación, que a su vez permita mejorar sus expectativas de vida, podría también representar un esquema referencial de impacto en diferentes espacios internacionales.

De ahí el planteamiento de nuestros objetivos:

*General:*

Explorar la potencialidad de la Investigación-Acción Participativa para promover valores de respeto interrelacionados con otros, a través de la práctica deportiva en la población adolescente, específicamente en el *Collège Robert Desnos*, y para facilitar la participación adolescente en el diseño de una campaña comunicativa online.

*Específicos:*

1. Conocer y describir el contexto económico y social que condiciona la práctica deportiva de la población adolescente en el *Collège Robert Desnos*, así como los factores que facilitan y/o entorpecen su práctica deportiva.
2. Caracterizar la práctica deportiva de la población adolescente en el *Collège Robert Desnos*, teniendo en cuenta los valores de respeto interrelacionados con otros, que aporta la práctica deportiva individual y colectivamente a estos adolescentes.
3. Precisar las posibles maneras de implicar a la población adolescente en la promoción de valores de respeto interrelacionados con otros, a través de la práctica deportiva, a partir de las opiniones de adolescentes del *Collège Robert Desnos*.
4. Profundizar en las potencialidades comunicativas de las redes sociales digitales para promover valores de respeto interrelacionados con otros, de adolescentes a adolescentes a través de la práctica deportiva, específicamente en el *Collège Robert Desnos*, teniendo en cuenta también las opiniones de la población adolescente.
5. Colaborar con la población adolescente del *Collège Robert Desnos*, en el diseño de una propuesta comunicativa online, que promueva valores de respeto



interrelacionados con otros, de adolescentes a adolescentes a través de la práctica deportiva.

### **3.3. Perspectiva metodológica. Investigación-Acción Participativa**

Como bien expone Greenwood (2000), todo proceso que se base en la colaboración desde un compromiso ético e intelectual, poniendo en posición de iguales investigadores y sujetos implicados, puede denominarse investigación-acción.

La investigación-acción no es una disciplina, ni una facultad, ni un método. Es un grupo de prácticas multidisciplinares orientadas a una estructura de compromisos intelectuales y éticos. La investigación-acción es investigación social desarrollada mediante una colaboración entre un investigador profesional y los «dueños del problema» en una organización local, una comunidad o un grupo intencional creado para un propósito específico. (Greenwood, 2000, p. 32)

Siguiendo esta misma línea, algunos autores (Chevalier y Buckles, 2019; Greenwood, 2000; Greenwood y Levin, 2007; Kemmis, 2011; Kemmis, McTaggart y Nixon, 2015) destacan la participación de los sujetos implicados como parte importante del proceso. Entonces, se entiende la Investigación-Acción Participativa (IAP) como una forma de investigación-acción que centra su atención en el proceso de participación colectivo.

Nuestra tesis se basa precisamente en la IAP, fundamentada en procesos reflexivos grupales, donde se aprende y se genera conocimiento, como ha sido el caso de los talleres encuentros realizados sobre valores y deporte como estilo de vida saludable, con adolescentes en situación vulnerable.

Además, nuestro estudio se apoya en la mirada cualitativa, que facilita el alcance de una interpretación lo más completa posible a partir del contraste entre fuentes primarias y secundarias, teóricas y empíricas, para garantizar un abordaje holístico de las circunstancias sobre las cuales se ha investigado (Jensen y Jankovski; en Alonso y Saladrigas, 2005). Dentro de esta perspectiva se asume un estudio de caso único, que responde al análisis de los aspectos más generales de la conceptualización e implementación, tanto educativa como comunicativa, de los valores que se pueden promover a través del deporte escolar en el *Collège Robert Desnos*. De ahí la pertinencia

del diseño de una campaña de comunicación online (a través de la red social *Instagram*, de medios impresos como carteles gráficos y la comunicación personal del boca-oreja) para el cambio social, cuyo objetivo es precisamente promover valores a través de la práctica deportiva, de adolescentes a adolescentes, en el *Collège Robert Desnos*.

La investigación es *empírica*, considerando la importancia de su enfoque hacia la interacción con los sujetos implicados en la práctica deportiva de la población adolescente en el *Collège Robert Desnos*, y las experiencias testimoniales que avalan el estado de la cuestión. De ahí el apoyo sobre el estudio *descriptivo*, que permite caracterizar la práctica deportiva de la población adolescente y sus valores en el *Collège Robert Desnos*, y conocer las acciones comunicativas desarrolladas en este sentido. Sustentando el criterio de Dankhe (1986; en Baptista et al., 2005, p. 78), cuando afirma que “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”. Finalmente, con el diseño de la campaña de comunicación en *Instagram*, que promueve valores a través de la práctica deportiva de adolescentes a adolescentes en el *Collège Robert Desnos*, trabajamos sobre una investigación *aplicada*.

### **3.4. Recogida de datos y su muestra**

Durante el proceso de recogida de datos, tres son las técnicas concretas que hemos utilizado en esta tesis: entrevista, observación no participante y talleres-encuentros para la acción participativa.

Asimismo, se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica-documental, realizada desde un análisis de contenidos que facilita la sistematización de los conocimientos teóricos y permite contar con opiniones autorizadas sobre el tema de investigación. Además, posibilita la obtención de información detallada sobre el objeto de estudio, en este caso los valores que se promueven a través de la práctica deportiva de la población adolescente en el *Collège Robert Desnos*.

Los ámbitos de búsqueda y análisis documental académico han sido los relacionados con la Educación Popular de Paulo Freire, la Comunicación para el cambio social y las TRIC, abordándose también los conceptos de valores, deporte y adolescencia. Por otro lado, se han realizado búsquedas sobre el marco institucional del deporte en Francia,

concentrándonos en el deporte escolar de las *Associations Sportives*, específicamente en el *Collège Robert Desnos*.

En cuanto al análisis y contraste de datos, entendemos que los datos recogidos en investigaciones cualitativas son fundamentalmente expresados en forma de texto. Responden a la denominación de datos cualitativos porque “reflejan la comprensión de los procesos y las situaciones por parte de los propios participantes en los contextos estudiados” (Rodríguez et al., 1996, p. 199). Tal es el caso de nuestro estudio.

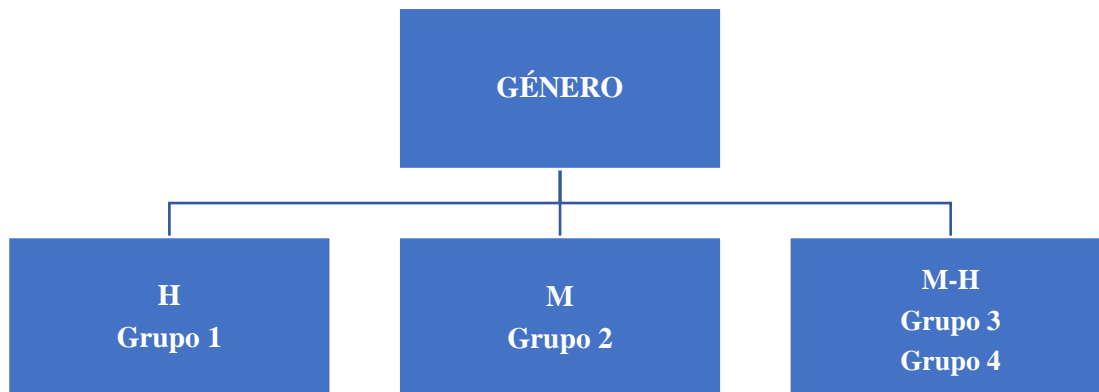
### **3.4.1. Población y Muestra**

Este estudio trabaja con una *muestra no probabilística*, en la cual “la elección de los sujetos no depende de que todos tienen la misma probabilidad de ser elegidos, sino de la decisión de un investigador o grupo de encuestadores” (Baptista et al., 2005, p. 242). En este caso, “para el enfoque cualitativo, al no interesar tanto la posibilidad de generalizar los resultados, las muestras no probabilísticas o dirigidas son de gran valor, pues logran –si se procede cuidadosamente y con una profunda inmersión inicial en el campo- obtener los casos (personas, contextos, situaciones) que interesan al investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos” (Baptista et al., 2005, p. 242).

Siguiendo la misma línea, en nuestro estudio se aplica una muestra estructural, comúnmente utilizada en técnicas cualitativas. Como bien explica Montañés, “la muestra estructural, a diferencia de la muestra estadística, es una muestra concreta no abstracta, por tanto, dependiendo de la problemática objeto de estudio, finalidad y objetivos se diseñará una u otra muestra. Esto es, se seleccionarán unos u otros ejes. Seleccionados los ejes, se han de enunciar las categorías que estructuran los mismos, al objeto de determinar las reuniones que se han de realizar” (2013, p. 846).

Teniendo en cuenta su relevancia, en este caso se ha seleccionado únicamente el Género como eje estructurante, cuyas categorías son Hombre (H), Mujer (M) y Mujer y Hombre (M-H), y en consecuencia se realizan tres talleres-encuentros. A partir de la inferencia discursiva sobre el texto producido en esos espacios de grupo, que menciona Montañés (2013), se ha constatado la necesidad de realizar otras reuniones manteniendo la categoría M-H.

**Figura 4. Muestra estructural**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de Montañés (2013).

De acuerdo con Montañés (2013), si bien cada reunión grupal no es necesariamente representativa del grupo social de referencia (adolescentes de la AS del *Collège Robert Desnos*), “el análisis de la materia prima discursiva producida en la totalidad de las reuniones grupales permite dar cuenta de los discursos dominantes sociales existentes que sobre un determinado tema, en un ámbito socioespacial determinado, produce la población objeto de estudio. Y en este sentido, se puede hablar de representatividad” (p. 846).

En este sentido, el estudio se centra en una población que comprende los principales colectivos involucrados en el programa de deporte escolar de la *Association Sportive* del *Collège Robert Desnos*: alumnos inscritos y profesores de deporte.

Por una parte, como protagonistas y autores de la propuesta comunicativa, se selecciona una *muestra no aleatoria* de 31 adolescentes, 13 chicos y 18 chicas, inscritos en la AS y que participan en las diferentes etapas de los talleres-encuentros, constituidos a partir de una *muestra estructural*. Asimismo, estos adolescentes, junto a otros de sus coetáneos y algunos profesores de deporte, también forman parte de los sujetos observados, representando un total de 45 adolescentes, 17 chicas y 28 chicos; y 4 profesores de deporte.

Por otra parte, dentro de la muestra se toman *sujetos tipo* para las entrevistas, donde la investigadora ha elegido intencionalmente aquellos individuos claves para el cumplimiento de los objetivos del estudio, siendo una selección de 2 personas:

- Director del *Collège Robert Desnos* y Presidente de la *Association Sportive*
- Profesor de Educación Física y Profesor de deporte de la AS del *Collège Robert Desnos*

### 3.4.2. Técnicas y procedimientos

En los siguientes epígrafes presentamos las técnicas empleadas y los respectivos instrumentos aplicados, así como los procedimientos correspondientes en cada caso. De igual manera, especificamos los informantes de cada técnica de investigación, tanto para la realización de entrevistas, como los espacios elegidos para la observación participante, como los miembros de los talleres-encuentros.

#### 3.4.2.1. Entrevista

Nuestro interés en la entrevista como parte de la investigación, radica en que brinda la posibilidad de constatar determinados datos sobre el objeto de estudio en cuestión y apreciar la significación y el sentido de estos para las personas entrevistadas y su contexto. También consideramos que en el momento de su implementación puede conducir a cierta información no contemplada por el investigador e “influir sobre ciertos aspectos de la conducta (opiniones, sentimientos, comportamientos)” (Rodríguez et al., 1996, p. 167).

Atendiendo a los objetivos de investigación, se entiende la pertinencia de la *entrevista semiestructurada*. Su desarrollo permite la elaboración de una guía de preguntas, que pueden modificarse según el curso que tome la propia entrevista. Por ende, es necesaria la creación de una *Guía de Entrevista* que, según Alonso y Saladrigas, “es el instrumento mediante el cual se planifica y estructura la entrevista” (2002, p. 45). La entrevista semiestructurada se realiza a aquellas personas con mayor conocimiento y experiencia en la práctica deportiva de la población adolescente de la *Association Sportive* del *Collège Robert Desnos*, bien coordinadores y/o profesores, de los cuales se han seleccionado:

- Director del *Collège Robert Desnos* y presidente de la *Association Sportive*: Eric Rabaza
- Profesor de Educación Física y Profesor de deporte de la AS del *Collège Robert Desnos*: Victor Cornette

En este caso, se ha aplicado como instrumento la siguiente *Guía de Entrevista*:

**Tabla 11. Guía de entrevista**

<i>Datos generales de los entrevistados:</i>	
- Nombre y apellidos:	- Formación profesional:
- Cargo:	- Contacto (correo):
- Tiempo de experiencia en las AS:	- Fecha:
<b>Preguntas al director del Collège Robert Desnos y Presidente de la Association Sportive</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Características del colegio</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuáles son las características generales del colegio?</li> <li>2. ¿Qué significa que sea un colegio REP +?</li> </ol> </li> <li>- <i>Características generales de las Associations Sportives</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cómo se organizan las Associations Sportives en este colegio?</li> <li>2. ¿Cuáles son las principales características de las Associations Sportives? ¿Cuáles son sus objetivos generales?</li> <li>3. ¿Cómo son los entrenamientos dentro de las Associations Sportives? ¿Cómo son los encuentros y/o competiciones?</li> <li>4. ¿Cómo es la preparación de los profesores?</li> </ol> </li> <li>- <i>Promoción de valores en el colegio y en las Associations Sportives</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuáles son los principales valores que se trabajan en el colegio y en las Associations Sportives? ¿Por qué?</li> <li>2. ¿Cómo se ha gestionado la promoción de valores a través de las Associations Sportives? ¿Desde qué actores, métodos y técnicas? ¿Qué medios se utilizan para promover valores?</li> </ol> </li> <li>- <i>Gestión de la comunicación en las Associations Sportives</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Existe algún documento normativo con indicaciones para la comunicación del programa de las Associations Sportives? (En caso de sí: ¿Cuál o cuáles? ¿Quién hace las modificaciones pertinentes que se requieren con el paso del tiempo?)</li> <li>2. ¿Cómo se gestiona la comunicación en las Associations Sportives? ¿Quiénes son los responsables? ¿Cuáles son los medios utilizados?</li> <li>3. ¿Qué acciones de comunicación se realizan?</li> <li>4. ¿Se han realizado acciones en las redes sociales digitales para promover valores? (En caso de sí: ¿Cuál o cuáles? ¿Quién o quiénes las han realizado?)</li> </ol> </li> </ul>	

**Preguntas al Profesor de Educación Física y Profesor de deporte de la AS del Collège Robert Desnos**

- *Características generales de las Associations Sportives*
  1. ¿Cómo se organizan las *Associations Sportives* en general, y en este colegio en particular?
  2. ¿Qué resultados se han obtenido en los últimos años?
  3. ¿Cuáles son los objetivos generales de las *Associations Sportives* en este colegio?
  4. ¿Cómo son los entrenamientos de las *Associations Sportives* en este colegio?
  5. ¿Cómo es la preparación de los profesores?
  
- *Promoción de valores dentro del programa de las Associations Sportives*
  1. ¿Existe algún documento normativo que indique la promoción de valores a través de las *Associations Sportives*? (En caso de sí: ¿Cuál o cuáles? ¿Quién hace las modificaciones pertinentes que se requieren con el paso del tiempo?)
  2. ¿Cuáles son los principales valores que se trabajan? ¿Por qué?
  3. ¿Cómo se ha gestionado la promoción de valores a través de las *Associations Sportives*? ¿Desde qué actores, métodos y técnicas? ¿Qué medios se utilizan para promover valores?
  
- *Gestión de la comunicación en las Associations Sportives*
  1. ¿Existe algún documento normativo con indicaciones para la comunicación del programa de *las Associations Sportives*? (En caso de sí: ¿Cuál o cuáles? ¿Quién hace las modificaciones pertinentes que se requieren con el paso del tiempo?)
  2. ¿Qué acciones de comunicación se realizan? ¿Se han realizado acciones en las redes sociales digitales para promover valores? (En caso de sí: ¿Cuál o cuáles? ¿Quién o quiénes las han realizado?)
  3. ¿Cuál es su opinión sobre el uso de las redes sociales digitales en la adolescencia? ¿Las redes sociales digitales podrían utilizarse como medio para promover valores?

**Fuente:** Elaboración personal.

### **3.4.2.2. Observación no participante**

En nuestro estudio se entiende la observación como un proceso sistemático donde un especialista recoge personalmente información relacionada con cierto problema (Rodríguez, Gil y García, 1996). Para ello ha sido importante la incorporación de la investigadora en los espacios de entrenamiento de adolescentes del *Collège Robert Desnos*, no así en los encuentros deportivos que fueron suspendidos debido a la pandemia COVID-19. No obstante, se logró mantener un contacto sistemático con estos jóvenes durante la investigación.

Los entrenamientos deportivos de la población adolescente del *Collège Robert Desnos* son analizados a partir de una Guía de Observación, en la cual se registran datos sobre el desarrollo del deporte escolar de adolescentes y la promoción de valores a través de él.

**Tabla 12.** Guía de Observación

Fecha y hora	Lugar	Contexto de observación	Sujetos participantes	Aspectos observados
Puntualizar fecha y hora.	Describir brevemente el lugar donde se desarrolla la actividad.	Definir el tipo de actividad observada.	Caracterizar a los participantes.	<p>- Evaluar la relación entre alumnos y la relación profesor-alumno. Escala aplicada:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Muy buena (5)</li> <li>▪ Buena (4)</li> <li>▪ Regular (3)</li> <li>▪ Mala (2)</li> <li>▪ Muy mala (1)</li> </ul> <p>- Valores trabajados durante la actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificar valores</li> <li>▪ Describir el método utilizado</li> <li>▪ Precisar los medios empleados</li> <li>▪ Medir impacto causado en los/las adolescentes.</li> </ul> <p>Clasificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Muy positivo (5)</li> <li>○ Positivo (4)</li> <li>○ Neutro (3)</li> <li>○ Negativo (2)</li> <li>○ Muy negativo (1)</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración personal a partir de González Ocanto (2017).

Este instrumento se ha aplicado durante el entrenamiento de tres deportes de la *Association Sportive*: escalada, baloncesto y bádminton. En la siguiente tabla se especifican algunos indicadores observados en dichos espacios (más detalles en el Anexo 3):



**Tabla 13.** Observación de entrenamientos deportivos

Entrenamiento observado	Fecha, hora y lugar	Participantes
Escalada	23-09-2020 13h30-16h00 Gimnasio del Collège Robert Desnos	15 alumnos (7 chicas y 8 chicos) 2 profesores de deporte
Baloncesto	30-09-2020 15h00-16h00 Gimnasio Robert Desnos (fuera del centro escolar)	25 alumnos (10 chicas y 15 chicos) 1 profesor de deporte
Bádminton	07-01-2021 13h00-14h00 Gimnasio del Collège Robert Desnos	5 alumnos (todos chicos) 1 profesor de deporte

**Fuente:** Elaboración personal.

Como observaciones generales (ver Anexo 3), podemos decir que en estos entrenamientos se trabajan valores como el respeto, la disciplina, el trabajo en equipo, la colaboración y la colectividad. En las tres clases observadas se plantean el respeto y el trabajo en equipo dentro de los objetivos, lo cual también responde a las dificultades que tiene la población adolescente para manifestar estos valores en situaciones de desacuerdo y ante la autoridad.

Ante su desacuerdo con la decisión del árbitro, algunos adolescentes muestran su enfado de manera violenta, ya sea contra sí mismos, contra el árbitro o contra implementos deportivos que puedan tener cerca. Por su parte, el profesor aplica estrategias de aprendizaje emocional, tomando el tiempo para hablar con cada alumno.

A pesar de estas discrepancias, las relaciones entre alumnos y profesor-alumno, generalmente, suelen ser buenas. Si bien se considera necesario continuar fomentando valores entre estos adolescentes, como bien expresan ellos mismos en los talleres-encuentros realizados.

### 3.4.2.3. Talleres-encuentros

Los talleres-encuentros es un término asumido por la investigadora en un estudio precedente<sup>7</sup>, considerando los objetivos que se persiguen y los sujetos implicados. El trabajo con adolescentes, para lograr su entera participación en el proceso investigativo y de creación, requiere flexibilidad en la aplicación de las técnicas de investigación. En este caso, hemos adaptado algunas técnicas grupales a la dinámica de este grupo de adolescentes, como se explica en este apartado.

Estos talleres se realizan con cuatro grupos diferentes, entre cinco y ocho adolescentes que participan en las *Associations Sportives*, los cuales pueden conocerse o no, con una composición diferenciada en edades, curso escolar y preferencia deportiva, siendo el género el elemento que distingue cada grupo. En el caso de los grupos 3 y 4, se cumplen los mismos parámetros y ambos están compuestos por chicas y chicos porque responden a funciones diferentes, siendo el grupo 4 el equipo creativo de la propuesta comunicativa.

**Tabla 14.** Composición de los grupos

Grupos	Composición	<i>Associations Sportives</i>
1	Chicos	<i>Collège Robert Desnos</i>
2	Chicas	
3	Chicas y chicos	
4	Chicas y chicos	

**Fuente:** Elaboración personal.

Basado en la experiencia positiva del estudio anterior realizado por la investigadora, dentro de los talleres-encuentros se logra un ambiente de confianza con el desarrollo de dinámicas grupales con carácter informal. Por tanto, en esta ocasión también se implementan tres etapas: en primer lugar, la etapa de familiarización con la práctica deportiva de adolescentes y los valores deseados, la cual se realiza con los grupos 1, 2 y 3; en segundo lugar, la conceptualización y diseño de la propuesta comunicativa, donde

<sup>7</sup> Estudio realizado por la investigadora, Yarianys González Ocanto (2017), como Trabajo de Fin de Máster en la Universidad de Valladolid, España: *Propuesta comunicativa de adolescentes a adolescentes a través de Instagram para incentivar la práctica deportiva. Una experiencia en Segovia.*

discuten sus ideas; y finalmente, la tercera etapa de creación de la campaña de comunicación online. La segunda y la tercera etapa se llevan a cabo con el grupo 4.

**Tabla 15. Talleres-encuentros**

<b>Etapas</b>	<b>Denominación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Grupo</b>
<b>Primera</b>	Familiarización	<p><i>Práctica deportiva de adolescentes</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Deportes que practican dentro y fuera de las AS y deportes favoritos</li> <li>-Motivaciones para hacer deporte: ¿Cuáles son vuestras motivaciones para hacer deporte? ¿Por qué hacéis deporte?</li> </ul> <p><i>Evaluación de las AS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Elementos positivos: ¿Qué les gusta de las AS?</li> <li>-Elementos negativos: ¿Qué no les gusta de las AS?</li> <li>-Elementos a mejorar: ¿Qué mejorarían de las AS y cómo?</li> </ul> <p><i>Valores</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Valores del deporte en las AS: ¿Qué valores se observan en las AS?</li> <li>-Valores para promover entre adolescentes: ¿Qué valores necesitan tener los adolescentes?</li> </ul> <p><i>Acciones comunicativas para promover valores</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-¿Cómo comunicar valores a los adolescentes?</li> <li>-¿Qué podéis hacer para compartir/ hablar de valores con otros adolescentes?</li> </ul> <p>*Se analizan los resultados obtenidos durante esta etapa y se presenta al grupo creativo (Grupo 4).</p>	<b>1, 2, 3</b>
<b>Segunda</b>	Conceptualización y planificación de la Campaña de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Se utilizan actividades conocidas como <i>Rompiendo el Hielo o Ice Breaker</i>, que permite a los miembros del grupo conocerse mejor y poder cumplir entre todos con los objetivos del grupo.</li> <li>-Se realiza la dinámica del <i>Árbol de problemas</i> para la selección definitiva de los valores que se desean promover (colocar en las raíces).</li> <li>-Siguiendo con el <i>Árbol de problemas</i>, se identifican los diferentes elementos de la campaña de comunicación (los objetivos, los públicos, el mensaje, los medios, etc.) y las acciones comunicativas para promover los valores seleccionados a través de la práctica deportiva de adolescentes (colocar en las ramas).</li> <li>-Se planifica la difusión de la campaña, así como su evaluación, basados en el apoyo de los adolescentes que participaron en los talleres y, principalmente, a través del equipo de jóvenes creativos de la campaña.</li> </ul>	<b>4</b>
<b>Tercera</b>	Producción de la Campaña de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Se hace la <i>Tormenta de ideas</i> para definir insight, imágenes, texto, sonido, efectos, luminosidad, colores, etc.</li> <li>-Testar la propuesta de campaña.</li> <li>-Producción de texto, imágenes, audio y video.</li> <li>-Edición de texto, imágenes, audio y video, según las características de <i>Instagram</i>.</li> </ul>	<b>4</b>

**Fuente:** Elaboración personal.

A partir de las técnicas grupales que sugiere Heras Hernández (2002), se incorporan las siguientes dinámicas<sup>8</sup> en los talleres:

- *Rompiendo el hielo/ Ice breaker*: Se realiza la presentación de los miembros del grupo, donde cada participante dice su nombre, edad, curso escolar, país de nacimiento, orígenes, idiomas que habla y las actividades deportivas que practica y/o de interés.

- *Tormenta de ideas*: En breve tiempo se registran en cartulinas las ideas de los participantes sobre el tema en cuestión y luego entre todos se filtran los resultados para enfatizar lo que más interese.

- *Árbol del problema*: Se dibuja un árbol sobre cartulina, definiendo sus tres partes fundamentales: raíces, tronco y ramas. Entonces, se escribe en una tarjeta el tema o problema de análisis (promover valores a través de la práctica deportiva de adolescentes a adolescentes) en la zona de las raíces; y se explica que en el tronco se deben colocar aquellos valores que se pretenden promover entre adolescentes, y que en este caso las ramas son las diferentes acciones comunicativas orientadas a la promoción de los valores seleccionados anteriormente. Las informaciones se obtienen de la *Tormenta de ideas* y las ideas recogidas se colocarán en la parte del árbol correspondiente.

En cada etapa de los talleres-encuentros se ha logrado la implicación de adolescentes, tanto chicas como chicos, que participan en las *Associations Sportives* durante el curso escolar 2020-2021, con edades entre 11 y 14 años, de los diferentes niveles escolares (6ème, 5ème, 4ème y 3ème) del *Collège Robert Desnos* (ver Tabla 16).

---

<sup>8</sup> Utilizadas en el estudio previo realizado por la investigadora con resultados positivos.

**Tabla 16.** Participación adolescente en los talleres-encuentros

Grupo	Fecha del taller	Lugar del taller	Participantes	Edades	Nivel escolar
1	29/09/2020	Gymnase du Collège Robert Desnos	5 (chicos)	12-14 años	5ème, 4ème y 3ème
2	30/09/2020	Gymnase Robert Desnos	6 (chicas)	11-14 años	5ème, 4ème y 3ème
3	30/09/2020	Gymnase Robert Desnos	9 (5 chicas y 4 chicos)	11-14 años	5ème, 4ème y 3ème
4 Fase I	14/10/2020	Gymnase du Collège Robert Desnos	8 (5 chicas y 3 chicos)	11 y 13 años	6ème y 4ème
4 Fase II	13/01/2021	Gymnase du Collège Robert Desnos	7 (5 chicas y 2 chicos)	11 años	6ème
	19/01/2021	Salle 14 du Collège Robert Desnos			
	26/01/2021	Salle 14 du Collège Robert Desnos			
	15/06/2021	Gymnase du Collège Robert Desnos			

**Fuente:** Elaboración propia.

La etapa de familiarización se desarrolla con los grupos 1, 2 y 3, que se diferencian en la composición en cuanto al género. Posteriormente, se crea el grupo 4, conformado por el equipo creativo de la campaña. En un principio el grupo de creativos está compuesto por 8 adolescentes, 5 chicas y 3 chicos, de 11 y 13 años, escolarizados en los niveles 6ème y 4ème.

Sin embargo, cuatro de sus integrantes (2 chicas y 2 chicos) no pueden continuar siendo parte del grupo 4 por diversos factores, entre ellos el hecho de no poder estar disponibles debido a los cambios de fechas y horarios producto de las restricciones sanitarias durante la COVID-19. Aunque también dos chicos decidieron no seguir participando en los talleres; uno no estaba interesado y el otro prefería entrenar.

Esto explica la decisión estratégica de la investigadora de buscar otros espacios fuera de la AS, por lo que el resto de los talleres se llevan a cabo en un salón de clases (Salle 14),

tomando en consideración la disponibilidad y la flexibilidad en el calendario académico de los participantes.

Como se puede observar en la tabla anterior, a partir de la segunda fase el equipo creativo queda compuesto por 7 adolescentes, 5 chicas y 2 chicos, los cuales son introducidos en la temática y se integran con facilidad a la dinámica grupal, partiendo de que se conocen entre ellos.

En el siguiente capítulo profundizamos en nuestro caso de estudio, conociendo el *Collège Robert Desnos* y su *Association Sportive*. Para ello, se tiene en consideración los resultados arrojados por las técnicas e instrumentos de investigación aplicados, que han sido mencionados anteriormente.

## **Capítulo 4. Análisis de Caso: La *Association Sportive* en el *Collège Robert Desnos***

El análisis de nuestro caso de estudio se centra fundamentalmente en los criterios y opiniones compartidos por la muestra de adolescentes escogida, y algunos docentes, si bien también se tiene en consideración la información recogida en las entrevistas y durante la observación. Comenzamos mostrando el centro educativo, *Collège Robert Desnos*, y describiendo sus principales características. A continuación, se presenta el programa de la *Association Sportive* de manera general, profundizando en sus valores y en su gestión de la comunicación.

Posteriormente, se analiza la práctica deportiva de la población adolescente que forma parte de la *Association Sportive*, sus preferencias y motivaciones para hacer deporte. Asimismo, la población adolescente hace una breve evaluación de la *Association Sportive*, en tres bloques: sus elementos positivos y negativos, y en las mejoras sugeridas. Para concluir, los/las adolescentes identifican valores asociados a la *Association Sportive* y a sus coetáneos, y proponen acciones comunicativas para promover valores entre adolescentes.

### **4.1. *Associations Sportives* en el *Collège Robert Desnos***

La presente investigación ha tomado como caso de estudio el *Collège Robert Desnos*. Por lo tanto, en este acápite se realiza un acercamiento a las características y condiciones de las *Associations Sportives* en el *Collège Robert Desnos*. Empecemos describiendo las particularidades de nuestro caso de estudio.

#### **4.1.1. Conociendo el *Collège Robert Desnos***

El *Collège Robert Desnos* se encuentra en Orly, comuna francesa ubicada al sur de París, perteneciente al departamento Val-de-Marne, en la región *Île-de-France*. Este centro escolar forma parte de la Educación Secundaria y pertenece al sistema público que está sujeto al *Ministère de l'Éducation Nationale*.

Este instituto cuenta con un entorno verde propio que se complementa con el parque que tiene adyacente. Además, dentro de su diseño se destaca un área central para las aulas,

repartidas en dos pisos; y dos alas paralelas, una destinada a la administración (dirección, secretaría, el salón de profesores, el salón de reuniones, el local de Educación Física, la enfermería, entre otros), y la otra contiene el servicio de hostelería y/o restauración, donde se encuentra el comedor escolar; que en su conjunto tienen forma de U (ver Anexo 14.2).

En general, su arquitectura propone espacios iluminados como las aulas, constituyendo una de las zonas más ecológicas ya que aprovechan la luz natural y disminuyen los gastos de electricidad (ver Anexo 14.1 y Anexo 14.5).

También, contempla espacios amplios como el área de recreación (ver Anexo 14.2), el gimnasio (ver Anexo 14.3) o la biblioteca (ver Anexo 14.4), más conocida como *Centre de Documentation et d'Information (CDI)*. Es importante aclarar que, a través de estos espacios y sus horarios, el instituto brinda el acceso a los soportes educativos necesarios para facilitar el éxito escolar, teniendo también una equipación muy completa de material deportivo.

El personal general del colegio ha oscilado en los últimos años entre 66 y 73 trabajadores. En el 2019 el *Collège Robert Desnos* cuenta con un total de 70 trabajadores, de los cuales el 53,1% son mujeres, la edad promedio es 37,9 y entre ellos el 4,6% son catedráticos y el 83,2% son profesores certificados y de Educación Física (Collège Robert Desnos, 2020). La mayor parte del colectivo laboral está constituida por el personal docente, siendo un total de 49 profesores en el 2019 (ver tabla 17).

**Tabla 17.** Características del personal del colegio

Caractéristiques des personnels					
Effectifs de personnels	2015	2016	2017	2018	2019
Personnels enseignants	47	44	46	48	49
Rattachés administratifs		3	7		
Personnels ATSS	5	5	5	5	5
Conseiller principal d'éducation			2	2	2
Autres personnels de vie scolaire	12	14	11	8	9
Personnels de direction	2	2	2	2	2
Soutien à l'enseignement				4	3
Animateur pédagogique				0	0
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>68</b>	<b>73</b>	<b>69</b>	<b>70</b>

**Fuente:** Tomado del documento institucional *Collège Robert Desnos* (2020).



Durante los últimos diez años la matrícula ha crecido paulatinamente. En el año escolar 2010-2011 se contaba con una matrícula de 386 alumnos que aumentó a 606 alumnos en el curso 2019-2020 (ver tabla 18), registrando en el año 2019 un 48,6% de chicas. No obstante, los datos más recientes del curso 2020-2021, registrados en los documentos institucionales, vemos que la matrícula se mantiene dentro del promedio con 567 alumnos (*Collège Robert Desnos, 2021*).

**Tabla 18.** Evolución de la matrícula (2009-2019)

	Effectifs 2009	Effectifs 2010	Effectifs 2011	Effectifs 2012	Effectifs 2013	Effectifs 2014	Effectifs 2015	Effectifs 2016	Effectifs 2017	Effectifs 2018	Effectifs 2019
6A	17	20	19	22	20	22	25	23	24	24	24
6B	19	20	21	22	21	22	25	23	24	25	24
6C	19	20	18	21	23	22	25	24	24	25	24
6D	20	19	19	20	21	22	24	23	24	24	23
6E	19	20	21	22	21	22	24	26	23	23	23
6F					21	22		23	23	24	24
6G								24	24		
<b>TOTAL 6EME</b>	<b>94</b>	<b>99</b>	<b>98</b>	<b>107</b>	<b>127</b>	<b>132</b>	<b>123</b>	<b>166</b>	<b>166</b>	<b>145</b>	<b>142</b>
5A	19	24	21	20	22	21	21	19	24	22	25
5B	19	23	20	18	21	22	20	21	23	22	21
5C	20	22	20	19	21	21	19	21	22	23	21
5D	20	23	21	20	21	21	20	22	22	23	21
5E	19		18	20	21	20	21	21	21	23	21
5F						21	19	22	23	23	22
5G									22	22	
<b>TOTAL 5EME</b>	<b>97</b>	<b>92</b>	<b>100</b>	<b>97</b>	<b>106</b>	<b>126</b>	<b>120</b>	<b>126</b>	<b>157</b>	<b>158</b>	<b>131</b>
4A	22	23	20	21	19	21	20	21	24	22	23
4B	21	25	21	21	17	20	22	20	24	22	23
4C	19	24	21	21	16	20	21	20	22	21	23
4D	19	23	19	18	20	21	21	21	22	24	22
4E	18		19	19	19	21	22	21	25	24	22
4F								19		25	22
4G										21	21
<b>TOTAL 4EME</b>	<b>99</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>91</b>	<b>103</b>	<b>106</b>	<b>122</b>	<b>117</b>	<b>159</b>	<b>156</b>
3A	23	19	20	21	19	22	22	23	20	21	22
3B	21	20	21	21	20	22	22	23	23	22	23
3C	22	24	20	20	20	21	23	23	23	23	22
3D	17	19	19	22	17	22	22	23	24	21	23
3E	20	18	20	21	21		23	22	22	23	21
3F											22
3G											24
UPE2A					20	20	17	20	20	20	20
<b>TOTAL 3EME</b>	<b>103</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>105</b>	<b>97</b>	<b>87</b>	<b>112</b>	<b>114</b>	<b>112</b>	<b>130</b>	<b>157</b>
<b>TOTAL GLOBAL</b>	<b>393</b>	<b>386</b>	<b>398</b>	<b>409</b>	<b>441</b>	<b>468</b>	<b>478</b>	<b>548</b>	<b>572</b>	<b>592</b>	<b>606</b>

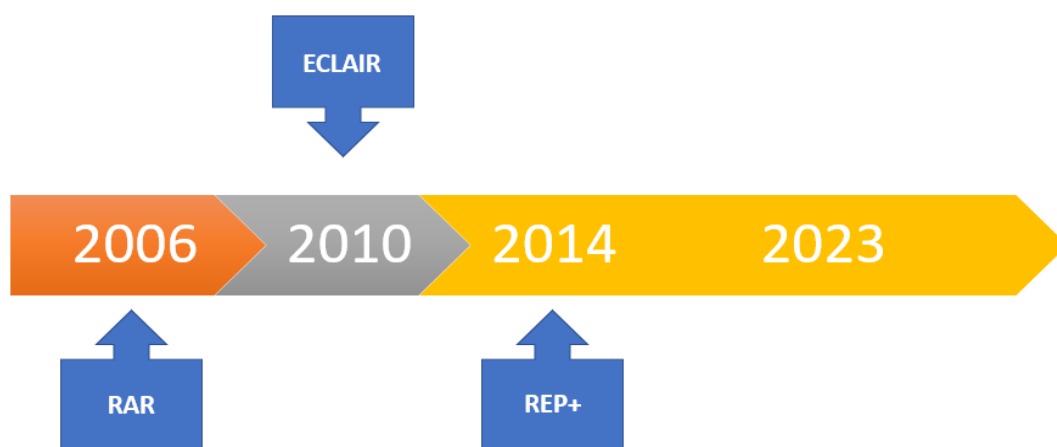
**Fuente:** Elaboración propia a partir del documento institucional *Collège Robert Desnos* (2020).

Una de las particularidades de este centro de educación secundaria, o instituto, es que está situado en una zona muy urbanizada, en su mayoría compuesta por *logements sociaux*<sup>9</sup>. Este tipo de viviendas denota las dificultades económicas de una gran parte de las familias instaladas en este barrio.

Eso explica la acogida en el centro escolar de una población homogénea. Según datos institucionales de 2020, existe un 63,3% de alumnos desfavorecidos y un 52,2% de becarios, quienes suelen presentar dificultades familiares, sociales y psicológicas. Por estas razones, el *Collège Robert Denos* actualmente forma parte de la red de educación prioritaria, pues está localizado en una de las denominadas “*Zones d’Education Prioritaires*” (ZEP).

Sin embargo, no fue así desde sus inicios. En el año 2006 este instituto se clasifica como “*Réseau Ambition Réussite*” (RAR), una red enfocada en el éxito académico de los alumnos, que trabaja directamente las dificultades escolares. Mostramos en una sencilla línea de tiempo las diversas clasificaciones por las que ha pasado el centro, como explicaremos.

**Gráfico 9.** Clasificaciones del *Collège Robert Denos*



**Fuente:** Elaboración propia.

---

<sup>9</sup> Son viviendas sociales, en este caso apartamentos y/o edificios completos, que el gobierno pone a disposición de las familias con pocos o escasos recursos económicos. Esto les permite hospedarse, en ocasiones de forma gratuita o pagando una renta cuyo precio está por debajo de lo establecido en el mercado.

Según datos institucionales (Collège Robert Desnos, 2021), es a partir de 2010 cuando el colegio pasa de RAR a ÉCLAIR (École Collège Lycée Ambition Innovation Réussite). La gran originalidad de las redes ÉCLAIR es que proporcionan el apoyo necesario a los alumnos a lo largo de su escolaridad, desde *l'école maternelle* (la Educación Infantil) hasta *le lycée* (el Bachillerato). En este sentido, los profesionales del instituto desarrollan sus misiones teniendo como prioridades (Collège Robert Desnos, 2012, p. 4)<sup>10</sup>:

- Réussite de chaque élève
- Climat scolaire serein
- Renforcement de la dynamique du réseau

En el propio planteamiento de estas áreas prioritarias se muestra el enfoque hacia el éxito del alumno, asegurando su superación académica y la continuidad de sus estudios. Para ello, es determinante el clima o ambiente escolar, donde se deben garantizar las condiciones básicas que se necesitan en el proceso de enseñanza-aprendizaje y contribuir a la creación de una atmósfera de estudios que facilite el aprendizaje del estudiante y su intercambio con coetáneos y educadores. Además, el reforzamiento de la dinámica existente en la red ÉCLAIR permite fortalecer y estrechar los vínculos entre los diferentes niveles de educación involucrados y posibilita el recibimiento, el acompañamiento y la formación del personal de la red.

Cada una de dichas áreas se compone de una misión general y cuatro objetivos específicos (ver Tabla 19), los cuales son planteados por *Le Comité de pilotage ÉCLAIR* y contemplan las acciones implementadas en la red ÉCLAIR. Estos objetivos respondían al proyecto académico vigente en ese momento, año 2012, sirviendo de guía al proyecto escolar del instituto y a los proyectos de las otras escuelas de la red. Asimismo, estas tres áreas orientaban las prácticas diarias de los miembros del personal que ejercían su misión dentro de la red ÉCLAIR DESNOS.

---

<sup>10</sup> Traducción propia a partir del traductor online DeepL:

- Éxito de cada alumno
- Clima escolar pacífico
- Reforzar la dinámica de la red

**Tabla 19.** Áreas priorizadas, misión y objetivos

Áreas priorizadas	Réussite	Climat scolaire	Dynamique du réseau
<b>Misión</b>	Mettre en place l'école du socle.	Mettre en place les conditions du vivre ensemble pour bien apprendre.	Donner du sens et de la cohérence pédagogique au réseau, comment "faire réseau" ?
<b>Objetivos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Faire acquérir une meilleure maîtrise de la langue française aux élèves du Réseau (validation des compétences du socle aux trois paliers).</li> <li>2. Faire acquérir une culture mathématique et scientifique.</li> <li>3. Accompagner l'élève individuellement dans la construction de son projet d'orientation et de formation.</li> <li>4. Identifier, accompagner et valoriser les élèves en grande difficulté scolaire.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Assurer un climat serein au sein des établissements du réseau pour permettre la transmission des savoirs.</li> <li>2. Prendre en compte l'élève dans sa globalité pour lui permettre de progresser selon ses compétences personnelles.</li> <li>3. Prévenir les situations de décrochage et d'absentéisme scolaire.</li> <li>4. Favoriser l'ouverture culturelle et l'ouverture au monde en général.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Renforcer les liaisons Inter-degrés Maternelles-Élémentaires Élémentaires-Collège et Collège-Lycées.</li> <li>2. Apprendre à travailler en réseau : accueillir, accompagner et former les personnels du réseau ÉCLAIR.</li> <li>3. Favoriser la stabilisation des équipes par la mise en place d'une politique de gestion des ressources humaines.</li> <li>4. Valoriser l'image des établissements composant le réseau.</li> </ol>

**Fuente:** Elaboración personal a partir de *Collège Robert Desnos* (2012).

A partir de los objetivos de la red *ÉCLAIR DESNOS*, vigente entre los años 2010 y 2013, se desarrollaron varias acciones de interacción entre los centros educativos, implicando profesionales y alumnos, que componen la red del *Collège Robert Desnos*. A continuación, algunos ejemplos (*Collège Robert Desnos*, 2012, p. 5)<sup>11</sup>:

<sup>11</sup> Traducción propia a partir del traductor online DeepL:

- Organización de una semana de integración para los alumnos CM2 (último año escolar de la primaria en Francia) de la red al final del curso escolar (en mayo). Media jornada por escuela.

- Organización de un seminario de integración de una semana (en octubre) para los alumnos de 6º curso (primer año escolar del instituto en Francia).

- Organisation d'une semaine d'intégration pour les élèves de CM2 du réseau en fin d'année scolaire (mois de mai). Une demi-journée par école.
- Organisation d'un séminaire d'intégration d'une semaine (en octobre) pour les élèves de 6e.
- Accueil des élèves de CM2 (futurs 6e) volontaires chaque année fin août dans la cadre du dispositif École Ouverte.
- Suivi de cohorte de nos anciens 3e assuré par le préfet des études 3e.
- Organisation d'une liaison pédagogique entre enseignants du collège, des lycées et lycées professionnels.

Como bien se puede observar, las acciones están principalmente dirigidas hacia los alumnos de nuevo ingreso, aquellos que acaban de empezar en el instituto o que empezarán en uno o dos años; y hacia aquellos estudiantes que están en proceso de terminar la Educación Secundaria o que la han terminado.

El primer grupo, los nuevos ingresos y/o posibles ingresos, entra en un proceso de adaptación, donde se le hace un recibimiento en el centro y se trabaja la familiarización con el sistema escolar del instituto, puesto que ocurre una transición entre *l'école élémentaire* (la Educación Primaria) y *le collège* (Educación Secundaria). En cuanto al segundo grupo, los egresados o futuros egresados, se realiza un seguimiento que facilita el cambio del *collège* (Educación Secundaria) al *lycée* (Bachillerato), garantizando de esta manera la posibilidad de continuar los estudios.

En cuanto a la evolución académica, las transiciones de niveles explicadas anteriormente son trascendentales. Durante el último año escolar (*le 3ème*), se lleva a cabo un

---

- Acogida de los alumnos de CM2 (futuros 6º curso) voluntarios cada año a finales de agosto en el marco de la Escuela Abierta.

- Seguimiento de la cohorte de nuestros antiguos alumnos de 3º (último año escolar del instituto en Francia) por el prefecto de estudios de 3º.

- Organización de un intercambio pedagógico entre los profesores del instituto, de bachillerato y de formación profesional.

acompañamiento para facilitar la continuación de los estudios (pasar del *collège* al *lycée*). Para ello, se realiza un proceso de orientación profesional bajo la responsabilidad del profesor principal, quien orienta a los alumnos según sus competencias académicas.

En general, el índice de estudiantes que repite curso es muy bajo. Los casos existentes se encuentran mayormente en el primer año de instituto (*le 6ème*), lo cual puede relacionarse principalmente con el cambio de nivel educativo (pasar de *l'école élémentaire* al *collège*) y la dificultad que eso conlleva. Otros casos de alumnos repetidores se dan en el último año, ya sea porque se rechaza la orientación profesional recibida o debido a que la familia no inscribe al estudiante en el bachillerato y pierden la matrícula (Collège Robert Denos, 2020), a pesar del trabajo de acompañamiento realizado por los profesores principales, la dirección y la psicóloga consejera del centro.

Es preciso señalar que el trabajo de acompañamiento del alumnado, incluyendo las acciones de integración implementadas por la red *ÉCLAIR DESNOS* que hemos mencionado, se siguen haciendo en 2022.

Al comienzo del año escolar 2014, el *Collège Robert Denos* deja de ser una red *ÉCLAIR* para convertirse en una REP+, *réseau d'éducation prioritaire*, es decir, una red de educación prioritaria en este caso reforzada.

Según el Ministère de l'Éducation Nationale, de la Jeunesse et des Sports (2014), la política de educación prioritaria está constituida por un mapa de redes que a su vez está formado por un centro de enseñanza secundaria y las escuelas de la zona con la misma población. Las redes se han clasificado en dos tipos: las REP y las REP+, donde es contado nuestro caso de estudio.

*Lo (sic) (.) el colegio Denos es un colegio de Educación Prioritaria Reforzada eh, y <suenan el teléfono móvil> (.), lo que quiere decir que acogemos a alumnos de (.) que vienen de (.) familias desfavorecidas eh, y (.) en un 64, 64% (...). Esto es la característica del (.) de Educación Prioritaria Reforzada, 64% son familias que ganan eh menos de, digamos, de 15 mil euros al año, ¡eh!, para una familia digamos de (...) 4 ó 5 miembros, digamos. Eh (...) los alumnos vienen también de (.) de los barrios que se llaman QPV, de Quartier Politique de la Ville, que es una política que viene de, del de la ciudad y, eh (.) es una política especial para este tipo de barrio*

*que acoge a familias desfavorecidas. Y todo el 64% de nuestros alumnos (.) que vienen al colegio viven en ese tipo de barrio. (E1, 2020)*

En cuanto a las REP+, son identificadas como aquellas zonas o barrios conocidos por tener las mayores concentraciones de dificultades sociales, entiéndase también económicas, que impactan de forma negativa el éxito escolar. Mientras que las REP son más mixtas socialmente, aunque también presentan dificultades sociales que diferencian el instituto de otros institutos y centros que no pertenecen al sistema educativo prioritario.

Dentro del marco de referencia de la educación prioritaria, todas las redes (*REP+* o *REP*) diseñan un proyecto que contiene aquellos factores que favorecen el éxito de los estudiantes y que proporciona una estructura que permite a los educadores ejercer su libertad pedagógica sobre una base sólida y fiable para trabajar con sus alumnos.

Es importante señalar que la política de educación prioritaria centra su atención en la acción pedagógica. Por lo tanto, incentiva el trabajo en equipo, el acompañamiento y la formación de los profesores para desarrollar prácticas pedagógicas y educativas que sean coherentes, exigentes e instructivas, que se adapten a las necesidades del alumnado y que perduren a largo plazo.

Esta idea se ha concretizado con el *Référentiel de l'éducation prioritaire*, documento elaborado por el *Ministère de l'Éducation Nationale, de la Jeunesse et des Sports* (2014). Su objetivo es orientar la acción de las redes a partir de principios de actuación, los cuales se basan en la experiencia del personal educativo y en las aportaciones tanto de la investigación como de las inspecciones generales realizadas dentro de las redes de la educación prioritaria.

El *Référentiel de l'éducation prioritaire* establece una serie de prioridades, que son explicadas en detalle dentro del propio documento referencial. Mencionamos las seis prioridades planteadas (Ministère de l'Éducation Nationale, de la Jeunesse et des Sports (2014)<sup>12</sup>:

---

<sup>12</sup> Traducción propia a partir del traductor online DeepL:

1. Garantir l'acquisition du « lire, écrire, parler » et enseigner plus explicitement les compétences que l'école requiert pour assurer la maîtrise du socle commun,
2. Conforter une école bienveillante et exigeante,
3. Mettre en place une école qui coopère utilement avec les parents et les partenaires pour la réussite scolaire,
4. Favoriser le travail collectif de l'équipe éducative,
5. Accueillir, accompagner, soutenir et former les personnels,
6. Renforcer le pilotage et l'animation des réseaux.

Por lo general, notamos que las prioridades están dirigidas hacia el estudiantado y el personal educativo, incorporando en esta ocasión dos agentes socializadores relevantes para el éxito de los alumnos: los padres y los socios. Es interesante la proyección de estos dos últimos agentes dentro de la red de educación prioritaria, puesto que representan el apoyo externo a la actividad educativa desarrollada con los escolares. Razón por la cual se habla de fomentar una escuela que coopere con los padres y los socios para lograr el éxito escolar.

De igual manera, la escuela debe asegurar la enseñanza y el aprendizaje de elementos básicos que el alumnado debe saber: leer, escribir y hablar. Para ello se debe consolidar una escuela solidaria y exigente, donde el profesorado se una y trabaje en equipo, si bien antes estos profesores deben ser acogidos, acompañados y formados por la red de educación prioritaria. Esto precisa, a su vez, del reforzamiento de una buena gestión y coordinación dentro de las redes a nivel local, académico y nacional.

- 
1. Garantizar la adquisición de capacidades como "leer, escribir y hablar" y enseñar de forma más explícita las competencias que la escuela requiere para garantizar el dominio de la base común,
  2. Reforzar una escuela solidaria y exigente,
  3. Establecer una escuela que coopere provechosamente con los padres y socios para el éxito escolar,
  4. Fomentar el trabajo colectivo del equipo educativo,
  5. Acoger, acompañar, apoyar y formar al personal,
  6. Reforzar la gestión y la coordinación de las redes.



Estas prioridades forman parte de los objetivos del *Collège Robert Desnos*. De ahí el trabajo de preparación no solo con el personal docente, sino también con el administrativo y el de servicio, en cuanto a la misión y funcionamiento del instituto como parte de una REP+. Además, se implementan acciones que refuerzan los vínculos y las buenas relaciones con los otros establecimientos de la red, con los padres, los socios, entre otras instituciones cercanas y/o que intervienen en la actividad del colegio.

Uno de los principales socios del instituto ha sido el ayuntamiento de la ciudad (la Mairie d'Orly), con el cual ha mantenido históricamente buenas relaciones. Los intercambios entre ambas instituciones suelen ser frecuentes y constructivos. El ayuntamiento se interesa e implica notoriamente en los asuntos del colegio. Motivo por el cual financia una parte de los viajes escolares, despliega un proyecto de éxito educativo en la ciudad, llamado *Programme de Réussite Educative* (PRE), y publica artículos sobre el instituto en el periódico de la ciudad, entre otras acciones. La presencia del responsable del PRE todas las tardes en el instituto ha estrechado las relaciones entre el *Collège Robert Desnos* y el ayuntamiento, jugando un rol destacado en la vida del instituto y del barrio.

En cuanto a la relación con las familias, la principal vía de comunicación son los mensajes (SMS) enviados cada día a través del teléfono móvil para prevenir a las familias de las ausencias de sus hijos. Otro medio empleado para comunicar con las familias es el  *carnet de correspondance*, utilizado mayormente por los profesores para informar a los familiares sobre indisciplinas, incidencias y/o dificultades académicas del alumno. También se suele utilizar el sitio web del instituto, que se actualiza regularmente, y se hace uso del sitio web y/o la aplicación *Pronote*, consultado por un 32% de las familias (*Collège Robert Desnos*, 2020) para conocer todo lo referido a las evaluaciones, las ausencias, los castigos y sanciones, los cuadernos y de texto libros, así como los deberes orientados.

Para facilitar el manejo de estas herramientas se ofrecen formaciones en el denominado *l'espace parents*. Efectivamente, el instituto cuenta con un espacio para los padres (*l'espace parents*) que permite la acogida de una gran cantidad de madres, padres y/o tutores legales cada semana. *L'espace parents* es muy activo y propone constantemente actividades y talleres, por ejemplo: talleres de cocina, actividades deportivas, talleres de filosofía, talleres de aprendizaje de la lengua francesa, talleres de introducción a las

herramientas digitales, paseos, talleres de intercambio relacionados con la vida escolar y las problemáticas de los menores, etc.

La apertura de todos estos espacios dentro del *Collège Robert Denos* ha posibilitado el acercamiento del personal y las familias, destacando también los encuentros sistemáticos entre la dirección y los padres elegidos como representantes de todas las familias. El trabajo en conjunto de la dirección del instituto y los padres está enfocado fundamentalmente a mejorar el clima escolar y garantizar las condiciones propicias para el éxito académico de los estudiantes.

Esta acción ha sido completada, desde el año 2016, con la realización de reuniones dentro de la REP+, donde se intercambia con padres elegidos de todas las escuelas e institutos implicados para debatir, con una mirada más amplia, sobre los temas mencionados anteriormente. En el marco de estas reuniones también se analiza el proyecto llevado a cabo para asegurar el recorrido escolar del niño, sin interrupciones, desde la Educación Infantil hasta la Educación Secundaria, una de las prioridades dentro de la REP+.

Un dato que se destaca dentro de los documentos institucionales del *Collège Robert Denos* es que, a pesar de su condición de REP+, el mismo sólo cuenta con 189 alumnos en régimen de media pensión (*demi-pension*), es decir que comen en el comedor escolar, lo que representa apenas el 30,8% del total de los estudiantes (*Collège Robert Denos*, 2020). En este sentido, la dirección del instituto reconoce la necesidad y la posibilidad de incrementar el porcentaje de *demi-pension*, teniendo en cuenta las capacidades del centro, resultado de las subvenciones y ayudas destinadas a estos sectores educativos comprendidos dentro de las zonas de educación prioritaria.

Dentro de los programas subvencionados en el *Collège Robert Denos* encontramos las *Associations Sportives*. Las AS son adaptadas según las particularidades de cada centro educativo. Hablemos de sus características en este instituto.

#### **4.1.2. Programa de la Association Sportive del Collège Robert Denos**

De acuerdo con su función administrativa, los centros de educación incorporan el programa de deporte escolar de las *Associations Sportives* al proyecto educativo general, lo cual posibilita la colaboración de ambas partes para planificar, gestionar, ejecutar, controlar y/o evaluar las actividades deportivas que se lleven a cabo. Asimismo, el colegio garantiza la integración y el acceso de todo el alumnado a la actividad deportiva en sus

diferentes disciplinas; ya sea en su aprendizaje teórico y/o práctico, dentro o fuera del centro educativo, en horario lectivo o no. Tal es el caso del *Collège Robert Desnos*.

La *Association Sportive* del *Collège Robert Desnos* tiene un carácter polideportivo y su principal objetivo es lograr la participación de la mayor cantidad de estudiantes posible en las actividades deportivas. Asimismo, se propone alcanzar otros objetivos a través de los cuales pretende incentivar valores en la población adolescente, facilitar su participación en encuentros y competiciones y, por ende, favorecer la inclusión escolar y social, así como reforzar la identidad de la AS y del instituto. A continuación, se enumeran los objetivos<sup>13</sup>:

- ➔ O1 : L'objectif principal des enseignants d'EPS est de **rechercher la participation du plus grand nombre d'élèves** et de proposer par conséquent des activités diversifiées et des formes de pratiques différentes. Pour que les élèves puissent utiliser mais également approfondir leurs acquis du cours d'EPS, une présence régulière leur sera demandée.
- ➔ O2 : L'association sportive du collège, affiliée à l'UNSS, doit **permettre à ses membres de participer à des rencontres sportives**

---

<sup>13</sup> Traducción propia a partir del traductor online DeepL:

O1: El principal objetivo de los profesores de educación física es buscar la participación del mayor número posible de alumnos y, por lo tanto, ofrecer diversas actividades y diferentes formas de práctica. Para que los alumnos puedan utilizar pero también profundizar sus conocimientos de la asignatura de educación física, se les pedirá que asistan con regularidad.

O2: La asociación deportiva de la escuela, afiliada a la UNSS, debe permitir a sus miembros participar en eventos deportivos adaptados a su nivel y correspondientes a sus gustos. Será bueno "surfear" sobre la ola del éxito de los alumnos presentes en la competición de los años anteriores e impulsar la misma dinámica en las nuevas actividades.

O3: El objetivo de la asociación deportiva será conseguir que los alumnos actúen como alumnos respetuosos (autocontrol, juego limpio, etc.) pero también que sean capaces de ejercer responsabilidades y cooperar con los adultos, por ejemplo desempeñando las tareas de jueces o árbitros (jóvenes oficiales).

O4: Lucha contra el fracaso escolar y por la inclusión de los alumnos (en relación con el proyecto escolar, eje 2: clima escolar, "garantizar un clima escolar tranquilo dentro de la escuela, prevenir el abandono y el absentismo escolar").

O5: Trabajar la identidad del colegio y de la AS. Muchos alumnos denigran esta pertenencia, por lo que nos parece importante el objetivo de dar una imagen positiva del colegio y de su asociación (en relación con el proyecto de colegio, eje 3: dinámica de redes, "revalorizar la imagen del colegio").

**adaptées à leur niveau et correspondant à leurs goûts.** Il sera bon de « surfer » sur la vague de succès des élèves en compétition présents les années précédentes et impulser la même dynamique sur les nouvelles activités.

- ➔ O3 : L'association sportive aura pour objectif **d'amener les élèves à agir en tant qu'élève respectueux (maîtrise de soi, fair-play, etc.) mais aussi être capable d'exercer des responsabilités et de coopérer** avec des adultes, par exemple en exerçant les tâches de juges ou d'arbitres (jeunes officiels).
- ➔ O4 : **Lutte contre l'échec scolaire et inclusion des élèves** (relation avec le projet d'établissement, axe 2 : le climat scolaire, « assurer un climat scolaire serein au sein de l'établissement, prévenir les situations de décrochage et d'absentéisme scolaire »).
- ➔ O5 : **Travail sur l'identité du collège et de l'AS.** Beaucoup d'élèves dénigrent cette appartenance, c'est pourquoi l'objectif d'apporter une image positive du collège et de son association nous semble importante (en relation avec le projet d'établissement, axe 3 : dynamique du réseau, « revaloriser l'image de l'établissement »). (Collège Robert Desnos, 2021, p. 39)

La dirección de la AS está compuesta por un presidente (el director del instituto), un secretario y un tesorero (dos profesores de Educación Física), así como por tres estudiantes asociados que representan al alumnado. Existe una buena dinámica de intercambio entre la dirección, los profesores y los estudiantes, y ello facilita la transmisión de directrices y orientaciones de la AS, e incluso de la UNSS. Por ejemplo, uno de los espacios abiertos al intercambio es la Asamblea General que se reúne dos veces al año.

La primera reunión tiene lugar en noviembre, con el objetivo de seleccionar a los miembros de la dirección del año en curso y hacer un primer corte evaluativo de las inscripciones y de las actividades propuestas a la población adolescente. La segunda reunión se lleva a cabo en junio, donde se elabora una evaluación cuantitativa y cualitativa del área deportiva y financiera de la *Association Sportive* durante la última temporada (Collège Robert Desnos, 2021).

Como bien resume Rabaza (E1, 2020), desde su posición de presidente de esta AS, la principal misión es proponer actividades deportivas variadas a los alumnos en horario extraescolar. Es por ello que el programa de deporte escolar de la *Association Sportive* del *Collège Robert Desnos* brinda el acceso a todos sus alumnos, tanto chicos como chicas, a las diferentes actividades que se proponen.

De acuerdo con Rabaza (E1, 2020) y Cornette (E2, 2020), entrevistados como director del instituto y presidente de la AS, y como profesor de Educación Física y entrenador de la AS, respectivamente, los alumnos pueden practicar cuantos deportes quieran, si la disposición de los horarios lo permite, teniendo la posibilidad de participar en las actividades deportivas el horario establecido que son tres horas los miércoles por la tarde, de 13h30 a 16h30; y de forma complementaria los lunes, martes, jueves y viernes en el horario de descanso del mediodía, es decir de 13h00 a 14h00.

*Te incluye todo. Pero tienes que ver si los horarios se pueden, eh (.) si puedes practicar todo al mismo tiempo, porque nosotros, por ejemplo: el miércoles son tres deportes, pero todos al mismo tiempo, entonces tú no puedes hacer los tres al mismo tiempo, tienes que escoger. Pero teóricamente puedes hacer todos los deportes si quieres. (E2, 2020)*

Como se puede apreciar, la AS es considerada como una estructura accesible, lo cual se refleja de igual manera en su aspecto financiero. Esto favorece sobre todo la integración de los estudiantes con dificultades económicas, velando por la igualdad de oportunidades para todo el alumnado.

Para ser miembro de la asociación se paga una cotización que varía según el instituto y que, según el profesor Cornette, podría ser de 5 euros o de 30 euros al año. En el *Collège Robert Desnos* se ha propuesto un precio de 15 euros al año, lo cual garantiza la accesibilidad de todos y reduce las limitaciones financieras de las familias, puesto que el Ayuntamiento de Orly entrega un *Coupon Sport*, que son cupones para pagar actividades relacionadas con el deporte. Por un valor de 15 euros, el ayuntamiento entrega cupones de deporte a niños y jóvenes de 6 a 18 años que viven en la ciudad de Orly. Con dichos cupones, cuya validez es de dos años, se puede pagar una licencia deportiva, la inscripción en una asociación deportiva, así como cursos y prácticas deportivas.

No obstante, también se ofrece una tarifa especial para las chicas de 13 y 14 años, quienes pagan solo una pequeña parte del total porque el departamento (*Conseil Général*) financia 12 euros. Esto se debe principalmente al déficit de chicas que hay en la asociación, sobre todo de este rango de edad, y de esta manera incentivan la inscripción de estas chicas.

El deporte en la AS no es igual a una clase de Educación Física, no es evaluativo y la población adolescente tiene la posibilidad de practicar deportes para entretenerse y pasar tiempo con los amigos, sin competición; o también puede entrenar para preparar las competiciones que se realizan por categorías a diferentes niveles.

*Es un momento diferente de los cursos de deporte porque las reglas son un poco diferentes, un poco menos estricto sí (.). Y se puede hacer de dos maneras diferentes: o prácticas para (.) solo para con tus amigos (.) sin nada de competitivo, si, nada de eso; o lo, lo haces para eso justamente, para preparar las competiciones. Las dos fases, sí... la doble cara digamos... Entonces un alumno puede escoger uno de los dos, también empezar en, en solo para, para practicar con sus amigos y un momento agradable y el después no sé unos meses, nos dice: “ah no finalmente quiero pasar al grupo que practica para, para hacer más...” más eh ¿cómo decir? Sí, más competitivo, más resultados, sí. Eso se puede. (E2, 2020)*

Entre las actividades físicas y deportivas que ofrece la AS del *Collège Robert Denos* a los estudiantes, durante el curso escolar 2021-2022, se encuentran: el baloncesto, el fútbol sala, el bádminton, la escalada y el crossfit; si bien el año anterior se propuso baile, pero este último no tuvo mucho éxito entre los adolescentes y el grupo fue desintegrado. Dichas actividades se proponen a lo largo de toda la semana, la mayor parte se realizan los miércoles en la tarde y en el caso del bádminton se practica el resto de la semana al mediodía (ver Tabla 20). En cuanto a la organización, la AS es coordinada y dinamizada por los profesores de Educación Física del instituto, quienes proponen las actividades deportivas a desarrollar durante el curso escolar, donde cada profesor es responsable de una o dos actividades, con la finalidad de responder lo mejor posible a las diferentes expectativas de la población adolescente.

**Tabla 20.** Organización de las actividades deportivas

<b>Créneau</b>	<b>APSA</b>	<b>Enseignant</b>	<b>Installations</b>
Lundi/mardi/jeudi/vendredi 13h-14h	Badminton	4 et 5	Gymnase collège
Mercredi 12h30-13h30	Futsal	1, 2 et 3	Gymnase Eluard
Mercredi 13h30-16h30	Basketball	1	Gymnase Eluard
Mercredi 13h30-15h30	Crossfit	2	Gymnase collège
Mercredi 13h30-16h30	Escalade	3 et 4	Gymnase collège

**Fuente:** Tomado del documento institucional Collège Robert Desnos (2021, p. 41).

Como se describe en la tabla anterior, la asociación cuenta con varias instalaciones deportivas de las cuales dispone regularmente, entre ellas el gimnasio del colegio, el gimnasio Eluard (distancia del colegio: 5 minutos caminando) y el estadio *Le Grand Godet* (distancia del colegio: 10 minutos caminando). Además, la infraestructura deportiva de la ciudad está bien organizada y equipada, en tanto cuenta con establecimientos que permiten a las asociaciones fomentar la práctica deportiva: complejos deportivos, estadios, áreas polideportivas, gimnasios, parques deportivos, velódromos, pistas de tenis, así como una piscina y un centro ecuestre (Collège Robert Desnos, 2021). Si bien la utilización de dichas instalaciones dependerá de la propuesta de deportes que haga la asociación.

La población adolescente inscrita en la AS del *Collège Robert Desnos* representa, por lo general, más del 20% del total de la matrícula de alumnos, y cuenta con una mayor cantidad de chicos. Los profesores de deporte son cinco en total, todos hombres, y cada uno trabaja con una media de 25 alumnos. Además, dentro de la AS se proponen lograr la formación de un mínimo de cuatro Jóvenes Oficiales (JO), cifra que se ha sobrepasado (ver Tabla 21).

**Tabla 21.** Organización de las actividades deportivas

	2018-2019	2019-2020
<b>Nombre de licences<sup>14</sup></b>	125	134
<b>Nombre de filles<sup>15</sup></b>	45	49
<b>Nombre de garçons<sup>16</sup></b>	80	85
<b>% de licenciés</b>	22,5%	23,6%
<b>Nombre d'animateurs<sup>17</sup></b>	5	5
<b>Nombre moyen de licenciés par animateur</b>	25	26,8
<b>Nombre de JO</b>	8	7

**Fuente:** Tomado del documento institucional *Collège Robert Denos* (2021, p. 40).

Los entrenamientos en la AS suelen ser más autónomos y flexibles, comparado con la clase de Educación Física. Una vez explicadas las reglas y el funcionamiento dentro del entrenamiento a principio del curso, se brinda el espacio a los alumnos para iniciar la preparación de la clase, alistar el material deportivo y realizar el calentamiento individual o colectivo, bajo la supervisión del profesor. De esta manera, se les asignan responsabilidades dentro de la clase y se propicia la participación de todos, logrando que trabajen las técnicas y los movimientos requeridos.

Algunos profesores, como Cornette (E2, 2020), suelen desarrollar la clase reagrupando a los estudiantes por grupos, lo cual permite trabajar a partir de diferentes objetivos, diferenciando la estrategia con aquellos que se presentan a las competiciones. El profesor Cornette explica que los entrenamientos suelen desenvolverse bien, pues generalmente asisten porque les gusta y se apuntan según sus intereses, pero no es obligatorio.

<sup>14</sup> Traducido: alumnos inscritos en la AS.

<sup>15</sup> Traducido: chicas.

<sup>16</sup> Traducido: chicos.

<sup>17</sup> Traducido: profesores/ monitores de la AS.



*Entonces, es un poco más fácil de (.), de funcionar con ellos. Es 'listos, ok', 'Señor, ¿puedo ir a hacer tal cosa?', 'pues sí puedes', pues la autonomía sí que está muchísimo más trabajada y en acción, en la asociación deporte... Ellos instalan todo, saben más cosas, igual vamos un poco más lejos porque, porque o son menos, sí, un grupo más pequeño que en clase, o somos dos profes, entonces también más fácil, eh pues dejar un grupo solo porque yo sé que mi colega está con él, en clase no puedo dejar a alguien solo, sí, tengo que ver siempre toda mi clase. (E2, 2020)*

Por su parte, el trabajo efectuado en torno a la responsabilidad y a la autonomía también responde a la oportunidad que brinda la AS de ejercer los roles de entrenador, árbitro y/o juez durante las competiciones y encuentros. Si bien la población adolescente interesada puede acercarse al profesor para recibir una preparación práctica en este sentido, también existe la formación que ofrece la UNSS para los alumnos. Esta formación abarca diferentes niveles según la disciplina deportiva y, una vez finalizado el programa de formación, se entrega una certificación, lo que garantiza que por lo general sean adolescentes con este diploma quienes arbitran (ejemplos de cifras en la tabla 20).

*... en la asociación se trabaja también los roles de entrenador, de juez, de árbitro, sí... Eso se hace en clase también, pero en la asociación de una hay +diplomas+, +que se pueden pasar+, sí, para o entrenar, o hacer el juez, o el árbitro. Diploma de la Educación Nacional, sí, claro, que hay unos diplomas para ser... Yo puedo ahora arbitrar al nivel departamental, regional o nacional, o sea, todos los torneos hay los profes de deporte, pero casi siempre los que arbitran son los alumnos. Y hasta la final del Campeonato Nacional, pues el árbitro es un alumno. Claro, que trabajó, que tiene los diplomas, que sí (.) los profes verificaron que podía hacerlo, pero así es. Entonces, eso se desarrolla de manera muchísimo más importante que en clase. (E2, 2020)*

Desde el inicio del curso escolar, para ser precisos entre finales de septiembre y principio de octubre, se planifican distintos encuentros y competiciones, sujetos a posibles modificaciones. Los encuentros se llevan a cabo de forma interna y/o externa. Algunos encuentros se realizan entre los estudiantes del colegio, por categorías y/o niveles; mientras que otros encuentros tienen lugar entre los estudiantes de dos o más colegios de

la comunidad. El principal objetivo es propiciar encuentros informales que preparen a los alumnos para las competiciones.

No obstante, se debe aclarar que la participación en competiciones no es obligatoria. Al respecto, el director Rabaza comenta que según el deporte seleccionado se hacen, o no, competiciones, por lo que también se brinda la posibilidad de hacer deporte solo por placer. Aquí tiene un papel importante el tipo de deporte en cuestión, pues en deportes colectivos como balonmano se crea un espíritu de grupo que, a su vez, facilita la participación en las competiciones, a diferencia de deportes individuales como la escalada.

*Hay de todo, ahí depende del deporte que se propone, o son solo para hacer deporte ¡eh! No hay ninguna, ningún (...) no sé, no hay ni (sic), no hay nada solo es por el placer de hacer deporte, o si no (.) podemos tener luego eh grupos que van hasta la competición y todo. Depende, depende (...) El baloncesto hay competición, en el balonmano también, depende del deporte que se propone. Si es de escalada no, por ejemplo. No es una obligación ir a la competición, no hay ninguna obligación. Es hacer deporte por el placer del deporte. (E1, 2020)*

En cuanto a las competiciones, se realiza una reunión donde se prepara un calendario que abarca todos los deportes, el cual se debe seguir a lo largo del curso escolar y que rara vez suele ser cambiado. Al inicio de la reunión se hace la rendición de cuentas del curso anterior, evaluando el funcionamiento y los resultados obtenidos por cada deporte. Cada disciplina deportiva tiene su calendario a nivel de distrito, por tanto, el calendario de cada disciplina se elabora con los profesores del deporte en cuestión para finalmente hacerlo llegar a la UNSS. El objetivo es participar en los diferentes torneos para pasar a los niveles superiores, comenzando a nivel local para llegar a nivel nacional.

Por lo general, las competiciones se realizan los miércoles por la tarde, en el horario habitual de la AS. Muy excepcionalmente se llevan a cabo competiciones otro día, esto ocurre por ejemplo si es un evento de varios días, que suele ser de connotación nacional. Lo que puede suceder es que, si la competición es en un lugar alejado, el profesor pide la autorización por escrito del director del instituto para que los alumnos puedan salir antes de clases y llegar a tiempo a la competición.

*Lo único que puede pasar, que sea otros días, es cuando te vas varios días. Entonces, ya estás llegando a un nivel nacional. Yo me fui varias veces una semana, porque el Campeonato Nacional, sí, para ver quién sería el campeón de Francia de fútbol, eso era unos años antes, pues teníamos una semana en Bretaña o al norte de Francia, entonces te ibas toda una semana con hotel, con buses, con... Esos son los únicos momentos en el que se puede hacer otro día...sí nivel nacional, los mejores, los que se calificaron por cada academia, una semana, todos juntos, y al final el ganador es el campeón de Francia. (E2, 2020)*

El programa de la AS en el *Collège Robert Desnos* busca incentivar la práctica deportiva de sus adolescentes. Si bien logra diversificar la propuesta de deportes basado en los intereses de la población adolescente, abriendo un espacio para aquellos que prefieren hacer deporte sin fines competitivos; también facilita el acceso a las diferentes actividades deportivas, encuentros y competiciones que se organizan. Otro elemento importante dentro de este programa es que mediante la práctica deportiva se promueve una serie de valores, que responden a los objetivos trazados y que serán abordados a continuación.

#### **4.1.2.1. Programa de la *Association Sportive* y valores**

Para hablar de valores en la *Association Sportive*, es necesario mencionar las cuatro áreas de interés recogidas dentro de su proyecto académico de desarrollo del deporte escolar: la educación, la formación, la cultura y la salud. Estas áreas responden a los objetivos de la AS, si bien el equipo de profesores de Educación Física reconoce que el trabajo se dirige fundamentalmente en torno a la educación, la formación y la salud; mientras que la cultura es un área que se encuentra en construcción, cuyo principal enfoque es la creación de condiciones favorables en vista a los Juegos Olímpicos de 2024.

En cuanto a la educación, se pretende fomentar un deporte educativo que facilite el éxito de todos; en el área de formación se quiere desarrollar un curso de capacitación que garantice el acceso al empleo en la esfera del deporte y que contribuya al alto rendimiento; y respecto a la salud se busca aumentar la práctica de actividades físicas y deportivas desde edades tempranas, fomentando un estilo de vida saludable (Collège Robert Desnos, 2021).

En el reglamento interno del *Collège Robert Denos*, que sigue las pautas trazadas por el Ministerio de Educación, se plantean los principios y valores fundamentales que rigen su comunidad educativa, incluyendo alumnos, profesores y todo el resto del personal de administración y servicio. Esos mismos valores se extrapolan a la asociación deportiva, que funciona de forma coherente con el colegio.

El colegio se centra en los valores siguientes: el respeto, la tolerancia y la igualdad. El respeto es el valor principal que fomenta este instituto. Se hace referencia al respeto de tres formas diferentes: el respeto al otro, tanto adultos como coetáneos; el respeto a las reglas, entiéndase escolares y/o deportivas; y el respeto a los recursos naturales y materiales del centro educativo. Asimismo, la tolerancia se expone pasando por el respeto al otro, ser tolerante con la personalidad y las convicciones del otro. En cuanto a la igualdad, se hace alusión a la igualdad de oportunidades para todos los estudiantes y a la igualdad de género, de manera que se brinde el mismo tratamiento a chicas y chicos (Collège Robert Denos, 2020a).

Aunque la *Association Sportive* toma en consideración y trabaja los valores generales del instituto con la población adolescente, de igual manera promueve otros valores a través del deporte en estos jóvenes. Algunos valores serán trabajados, con mayor o menor intensidad, en dependencia del tipo de deporte en cuestión. Por ejemplo, el valor de *trabajo en equipo* se evidencia menos en los deportes individuales, aunque constituye la base de los entrenamientos y el hecho de pertenecer a un deporte y una categoría también brinda la noción de equipo.

Dentro del programa de deporte no solo se incentiva el trabajo en equipo. Además, se fomentan otros valores como la responsabilidad, la disciplina, el juego limpio, la solidaridad, la cooperación, la inclusión y la integración. Si bien el profesor Cornette (E2, 2020) hace referencia a la autonomía, el respeto y el esfuerzo, como algunos de los principales valores que se trabajan.

Los actores responsables de transmitir dichos valores son fundamentalmente los adultos, quienes deben utilizar no solo el espacio de clases sino también sus contenidos, así como el tiempo de recreación, de biblioteca, de estudio y deberes, entre otros. Según Cornette (E2, 2020), uno de los métodos que él utiliza es la vía oral, específicamente la repetición.

A través de los entrenamientos se fomentan valores que deben ser repetidos y reforzados con ejemplos prácticos y tan básicos como el saludo al profesor, la preparación individual y/o el trabajo en equipo para lograr los ejercicios. Asimismo, el hecho de que los profesores establezcan equipos rotativos permite la inclusión e integración de los alumnos, propiciando una interacción interpersonal con otros adolescentes que pueden no ser de su grupo de amigos, ni de su clase, ni de su año escolar, pero que pueden funcionar muy bien, reflejando la solidaridad, la disciplina, el juego limpio.

*También lo bueno es que hay una mezcla, bueno tal vez esa mezcla de clases y de edad también... Entonces ahí se ve más, se ve que un grande de último año pues está ayudando o está trabajando con un (sic) más pequeño, sí, es una mezcla, sí, de edad, de clase, eso nos gusta. (E2, 2020)*

El ejemplo anterior nos muestra que se crea el contexto para que los estudiantes también puedan ser transmisores, de manera activa o pasiva, de esos valores, los cuales ponen en práctica durante los entrenamientos, encuentros y competiciones. Algo que se fortalece también cuando juegan los roles de entrenador, árbitro y/o juez. De ahí la pertinencia de la participación de la población adolescente en la creación de una campaña para promover valores.

#### **4.1.2.2. Programa de la *Association Sportive* y comunicación**

De acuerdo con Rabaza (E1, 2020) y Cornette (E2, 2020), no se realizan acciones de comunicación en el programa de deporte de la *Association Sportive*. Se hace alusión a documentos institucionales y administrativos, pero no hay elementos o acciones de comunicación en dichos documentos.

*No, no hay nada (se refiere al colegio y a las AS). No existe nada, no es (.), no hay nada que exista de momento de ese terreno, digamos. A parte del reglamento, pero que es muy institución, es muy administrativo, digamos... (E1, 2020)*

*Eh, no creo que -tengamos eso-. (E2, 2020)*

La comunicación se identifica esencialmente como herramienta de publicidad. La no existencia de un vídeo sobre la AS confirma la ausencia de la comunicación, lo cual no es completamente verídico. Es importante destacar que la comunicación no se limita a la

publicidad, ya que existen múltiples formas de comunicación que pueden ser utilizadas en diferentes contextos. El hecho de que no se realice una planificación de la comunicación, no significa que la comunicación no esté presente. Sin embargo, es cierto que la planificación de la comunicación es esencial para lograr los objetivos deseados y mejorar el impacto del mensaje que se quiere transmitir.

*Lo estamos pensando, en preparar como una (sic) video, sí, porque hay un sitio del colegio, todo está presentado, no solo la asociación todo el funcionamiento del colegio, y por el momento, voy a verificar ahora <busca en internet, en el ordenador>, pero no creo que hayamos preparado algo... No veo nada por el momento... (E2, 2020)*

Lo cierto es que el *Collège Robert Denos* cuenta con algunos canales y soportes de comunicación, formales e informales, aunque no sean del todo reconocidos. Por ejemplo, se utilizan medios digitales como la página web oficial del instituto<sup>18</sup> (ver Anexo 9), el correo electrónico, los mensajes y llamadas telefónicas, y aplicaciones como PRONOTE, que permite hacer un seguimiento completo de la vida escolar del estudiante y brinda un espacio de comunicación mediante el cual pueden interactuar los profesores, los alumnos, los padres y la administración.

Asimismo, en septiembre del curso escolar 2022-2023, se ha creado un perfil de este instituto en *Instagram* (@desnos\_orly), al cual se puede acceder desde la página web del instituto. Tanto la página web como el *Instagram* están a cargo, en este caso, de la responsable del *Centre de Documentation et d'Information (CDI)*, dígase la biblioteca del instituto. Esta decisión puede asociarse con el hecho de que todas las informaciones generales, académicas y de la vida escolar, incluyendo las actividades culturales y deportivas, son centralizadas por la responsable del CDI (*le professeur documentaliste*).

Si bien el *Instagram* de este colegio solo cuenta con 6 seguidores y 4 publicaciones hasta la fecha (27/11/2022), su objetivo es compartir sobre la actualidad y la vida escolar del mismo, como se anuncia en su primera publicación (ver imagen 6), lo cual supone fundamentalmente una regularidad y un dinamismo en las publicaciones que todavía no se ha logrado.

---

<sup>18</sup> Página web oficial del *Collège Robert Denos*: <https://desnos-orly.ac-creteil.fr/wordpress/>

**Imagen 6.** Primera publicación en *Instagram* del *Collège Robert Desnos*



**Fuente:** Tomado de la cuenta @desnos\_orly en *Instagram*.

El perfil del instituto en la red social digital *Instagram* representa un nuevo canal de comunicación, que puede ser utilizado por los diferentes públicos del centro, dígase personal administrativo y de servicio, profesores, alumnos, familiares, centros educativos y entidades colaboradoras, entre otros. De igual manera, la creación de este perfil se corresponde con la propuesta de difusión de la campaña comunicativa que hacen los y las adolescentes del equipo creativo en el capítulo V, quienes plantean que se debe crear un perfil profesional de la *Association Sportive* del *Collège Robert Desnos* en *Instagram*, lo cual confirma una vez más la pertinencia de nuestro estudio.

Por tanto, a través del perfil profesional del instituto ya creado, también se podría difundir la campaña comunicativa que propone el equipo creativo. Además, lo mismo se puede hacer a través de otros proyectos digitales que desarrolle este instituto o su AS. Por ejemplo, es importante anotar que, siguiendo esta línea y como parte del proyecto

específico de la AS, se está trabajando en el diseño un blog, el cual contiene el calendario, la clasificación, los resultados, así como el lugar y la hora de los encuentros.

De igual manera, se hace uso de medios impresos como pancartas y/o carteles informativos, denominados *affiches* en francés, los cuales son colocados principalmente en los salones de clases, en murales y/o tableros de anuncios de los corredores del colegio. Al respecto, en el propio proyecto del colegio se plantea la necesidad de publicar, con mayor regularidad, las informaciones que conciernen la AS, incluso fuera del período de competición. Además, se señala, como crítica en cuanto al año anterior, que las informaciones de la AS también deben ser colocadas en el salón de profesores (Collège Robert Desnos, 2021).

La comunicación personal (el boca-oreja o *le bouche à oreille* en francés) también está muy presente en la vida cotidiana del instituto, no solo en el desarrollo de las clases, sino además en los espacios de reuniones y encuentros informales entre los diferentes actores. Los eventos son importantes, por ejemplo, a principios del año escolar se organiza una media jornada de intercambio para dar a conocer la *Association Sportive* del instituto y su programa de deportes a todos los estudiantes (ver Imagen 7).

**Imagen 7. Jornada sobre la Association Sportive**



**Fuente:** Foto de Victor Cornette, profesor de la AS. Tomada en un momento de intercambio entre adolescentes y un profesor de deporte de la AS. Lugar: vestuario del gimnasio del *Collège Robert Desnos*. Fecha: septiembre de 2022.



Aunque no de manera regular, estas herramientas de comunicación también suelen ser utilizadas por la *Association Sportive*. Sin embargo, no se hace una planificación de la comunicación, tampoco hay un responsable que gestione y/o coordine las acciones de comunicación, lo cual impide un mejor aprovechamiento de todos esos medios y soportes que están a disposición de la escuela, como ordenadores, impresoras, tabletas, entre otros. A pesar de estas limitaciones, se logra dar a conocer e informar sobre las actividades de la asociación deportiva, siendo la transmisión oral la herramienta más utilizada, lo que no significa que sea la más eficaz o la de mayor alcance.

Por ende, tanto Rabaza (E1, 2020) como Cornette (E2, 2020) reafirman la pertinencia de diseñar una campaña de comunicación con y para adolescentes y, por tanto, apoyan la presente investigación. Aunque se hace alusión a la repercusión negativa que pueden tener las redes sociales digitales en la población adolescente, también se reconoce su impacto positivo y amplio alcance, los cuales pueden ser utilizados con fines educativos, aceptando a su vez la posibilidad de promover valores.

*Para mí las redes sociales son un problema durante la adolescencia porque mantienen a los jóvenes en esa idea que todo se obtiene rápidamente, sin esfuerzo y que es la realidad. Ellos viven en dos mundos diferentes. El verdadero, donde hay que trabajar, esforzarse y aceptar sus fallas.*

*Las redes podrían promover valores, pero debería ser algo respetando las reglas de ese mundo: corto, simple, visual y fuerte para imprimirse en sus mentes. (E2, 2020)*

La idea de que la población adolescente vive en dos mundos diferentes, donde el profesor Cornette hace referencia al mundo digital, enfatiza uno de los elementos negativos de las redes sociales digitales abordados en el primer capítulo de esta tesis (ver epígrafe 1.2.3). Nos referimos a la tendencia de estos jóvenes usuarios a presentar en sus perfiles de redes sociales una imagen idealizada de sí mismos, que no refleja la realidad. Si bien esto puede considerarse como parte del proceso de formación de su propia identidad, también puede llegar a ser crucial para determinar su forma de socialización e interacción con los demás.

De ahí la importancia del señalamiento que hace Cornette sobre la posibilidad de promover valores a través de las redes sociales, lo cual confirma una vez más

nuestra propuesta. Además, propone utilizar las propias herramientas y características distintivas de las redes sociales para que el mensaje sea transmitido de manera efectiva a los adolescentes. Dichas herramientas tecnológicas, como bien se plantea en el epígrafe 1.2.3, suelen ser atractivas y de fácil uso para la población adolescente.

#### 4.2. Práctica deportiva de adolescentes de la *Association Sportive*

Como se observa en la Tabla 22, nuestro estudio se basa en las opiniones del 25% de adolescentes inscritos a la *Association Sportive*. Esto nos permite tener una valoración cualitativa razonable sobre la práctica deportiva de la población adolescente del *Collège Robert Desnos* en Orly.

**Tabla 22.** Adolescentes inscritos en la AS y participantes en el estudio

Adolescentes	Total	Chicos	Chicas
Inscritos en la AS	120	70	50
Participantes en el estudio	31	13	18

**Fuente:** Elaboración propia.

En nuestro estudio han participado más chicas que chicos, algo normal, teniendo en cuenta que las chicas son, en general, más proclives a participar en debates, reflexiones y otros espacios de intercambio. Si bien es importante señalar que el número de chicos inscritos en la *Association Sportive* es mayor que el número de chicas inscritas. Esto justifica la tarifa especial para las chicas, como estrategia existente dentro de la AS, con el objetivo de motivar a las adolescentes a hacer deportes y así aumentar el índice de participación femenina.

De acuerdo con la información obtenida en las tres etapas de los talleres-encuentros, la población adolescente del *Collège Robert Desnos*, que participa en nuestra investigación, realiza como prácticas deportivas dentro de la *Association Sportive*: bádminton, baloncesto, fútbol, fútbol sala, escalada, crossfit (ver Tabla 2 de Anexo 5 y Anexo 6). Las prácticas deportivas de los chicos son bádminton y baloncesto, aunque también practican fútbol, fútbol sala, crossfit y escalada. Las chicas principalmente baloncesto y escalada.

Fuera de la *Association Sportive*, poco más del 50% realiza actividades deportivas como natación, boxeo, fútbol y baloncesto. Una minoría practica tenis, danza, hits y atletismo o footing (salir a correr). Es interesante que fuera de la *Association Sportive* la mayoría de los adolescentes practica una sola actividad deportiva, lo cual indica que su actividad física depende fundamentalmente de dicha asociación. Esto puede relacionarse con el bajo poder adquisitivo de la mayoría de sus familias, considerando que los clubes y actividades extraescolares tienen un coste, y no es precisamente bajo o asequible para los familiares de este grupo de adolescentes.

Por último, entre los deportes preferidos de la población adolescente se encuentran baloncesto, bádminton, fútbol, natación y boxeo, fundamentalmente. La mayor parte de chicos y chicas señalan como deportes favoritos los mismos que practican, exceptuando la equitación, que aunque está entre los favoritos, no se practica.

En este caso, la equitación no se encuentra dentro de la propuesta de actividades deportivas de la AS. La equitación es un deporte especializado que requiere de un centro ecuestre con las condiciones necesarias para garantizar la seguridad del jinete y del caballo, por lo cual la inscripción suele tener tarifas elevadas que no están al alcance de la mayoría de la población adolescente del *Collège Robert Desnos*.

Se puede decir que existe una implicación positiva con las prácticas deportivas desarrolladas, si bien se muestra que sus preferencias generalmente se limitan a lo que conocen. En este sentido, se destaca la importancia del trabajo realizado desde la AS para fomentar la actividad física y el deporte entre la población adolescente de este instituto.

#### **4.2.1. Motivaciones de adolescentes hacia la práctica deportiva**

La población adolescente destaca entre sus motivaciones su preferencia por la práctica deportiva y la diversión que encuentran en la misma junto a sus amigos. La diversión representa un factor relevante dentro de la actividad deportiva para los/las adolescentes. Asimismo, el deporte constituye un espacio en el cual pueden establecer relaciones y llegar a tener amistades, pues se comparten intereses comunes y se trabaja en equipo para lograr los objetivos.

19\*\*\*

5H : *Umm, pourquoi je fais du sport ? Parce que (.) j'aime bien, et (.) c'est amusant...* / ¿Por qué hago deporte? Porque me gusta (.) y (.) es divertido...

3H : *Eh moi, j'aime bien le sport...* / Eh yo, me gusta el deporte.

4H : *Parce que j'aime bien le sport...* / Porque me gusta el deporte.

1M : *Motivé.* / (Me siento) motivado.

3M : *Bah, parce que j'aime bien le sport, ce n'est pas une motivation, c'est juste que j'aime bien. J'aime bien le basket euh...* / Bah, porque me gusta el deporte, no es una motivación, simplemente me gusta. Me gusta el basket eh...

8M : *Pareil.* / Lo mismo.

7M : *Pareil.* / Lo mismo.

9H : *C'est pour m'amuser (.), et moi aussi j'aime bien le sport.*

5H : *Pareil.* / Es para divertirse (.), y a mí también me gusta el deporte.

4H : *+Pour s'amuser+, pour s'amuser en dehors de chez nous, du collège.* / +Para divertirse+, para divertirse fuera de casa, del instituto.

9H : *Pour être avec ses amis.* / Para estar con los amigos.

1M : *J'aime (bbbb).* / Me gusta (bbbb).

De igual manera, estos adolescentes reconocen los beneficios de la práctica deportiva para la salud, como también se plantea a nivel internacional y nacional (ver Capítulo 2), abordada no solo desde el punto de vista físico, sino también mental. Por un lado, se refieren a una condición física saludable, asociada al gasto de energía, cuya idea también podría vincularse a la reducción del peso corporal, aunque no está explícito. Por otro lado, hacen alusión a la salud mental, entendida como una forma de eliminar el estrés, lo que podría permitir una vida más saludable y equilibrada. El hecho en sí de hacer deportes constituye otra motivación, estrechamente relacionado con su carácter saludable.

\*\*\*

5H : *... c'est bon pour la santé.* / ...es bueno para la salud. <Algunos hacen comentarios entre ellos a la misma vez>

2H : *... euh c'est bon pour la santé et c'est tout.* / ...eh es bueno para la salud y eso es todo.

4H : *... c'est bien pour la santé.* / ...está bien para la salud.

5M : *Pour se dépenser.* / Para gastar energía. <Hablan varias a la vez>

4M : *Ah, pour être en bonne santé.* / Ah, para estar saludable.

---

<sup>19</sup> Todas las citas directas precedidas por el signo (\*\*\*) están seguidas de una traducción propia a partir del traductor online DeepL.

2M : *Ça c'est pour se déstresser et quelques fois se dépenser* / Eso es para desestresarse y, a veces, gastar energía <habla muy bajo y no se entiende>.

2M : *J'ai dit que le sport, ça peut faire déstresser -parfois un peu-* / Dije que el deporte puede desestresar -a veces un poco-.

Las motivaciones para practicar deportes abordadas hasta el momento, es decir, la diversión, la amistad y la salud, coinciden con las principales motivaciones de un estudio de adolescentes realizado a nivel internacional (ver epígrafe 1.4.5). Por tanto, es posible afirmar que hay una coincidencia clara entre los resultados de ambos estudios.

Algunos también ven el deporte como un pasatiempo que les mantiene ocupados. Una manera de ocio que permite que el tiempo pase, a lo que ellos llaman “*perdre du temps*”.

\*\*\*

1H : *Je commence. Bah, mes motivations pour faire le sport c'est pour (.) c'est pour perdre, euh c'est pour gagner du temps, faire un peu des activités avant l'école, en effet.* / Empiezo yo. Bueno, mi motivación para hacer deporte es (.) es para perder, hum, es para ganar tiempo, para hacer un poco de actividad antes de la escuela, de hecho.

2H : *Pour me divertir...* / Para divertirme...

3H : *Eh moi, ... ça permet de perdre du temps (.) C'est... Quand on a (sic) rien à faire, on fait du sport, c'est tout.* / Eh yo, ... te permite perder tiempo (.) Es... Cuando no tienes (sic) nada que hacer, haces deporte, eso es todo.

3M : *Parce que c'est un passe-temps.* / Porque es un pasatiempo.

Teniendo en cuenta los comentarios compartidos por la población adolescente, se pueden identificar como principales motivaciones para realizar prácticas deportivas: el deporte y la diversión, siendo este último un complemento del primero. El deporte es atractivo para muchos adolescentes sobre todo porque facilita la diversión entre amigos.

### **4.3. Evaluación de la *Association Sportive* por adolescentes**

La *Association Sportive* es evaluada por la población adolescente a partir de sus elementos positivos y negativos. De igual manera, la población adolescente plantea algunas posibles mejoras.

#### 4.3.1. Elementos Positivos de la *Association Sportive*

Los adolescentes entrevistados comparten sus criterios sobre lo que más les gusta de la *Association Sportive*. Principalmente, hacen referencia a la diversión entre amigos y al juego en equipo, lo que corrobora que la pertenencia a un grupo es significativa en estas edades. Además, se puede anotar como aspecto relevante que la AS responde a dos de las principales motivaciones de la población adolescente para practicar deportes: la diversión y la amistad.

\*\*\*

2H : *Moi, j'aime bien être collectif, jouer en équipe et j'aime bien les sports qu'on propose.* / A mí me gusta trabajar en equipo y me gustan los deportes que se proponen.

1H : *Moi aussi, j'aime bien jouer collectif. Euh (.), pourquoi je fais ça ? Parce que (.) parce que c'est bien.* / A mí también me gusta jugar en equipo. Eh, ¿por qué hago eso? Porque (.) porque es bueno.

2M : *Aussi on commence être (bbbb), on a des copains et copines. Imaginez, il y a des gens parfois qui ne sont pas d'Orly, qui sont d'une autre ville et qui viennent ici.* / Así que, empezamos a ser (bbbb), tenemos amigos. Imagínate, a veces hay gente que no es de Orly, que es de otra ciudad y que viene aquí.

3M : *C'est bon.* / Está bien.

8M : *On s'amuse.* / Nos divertimos.

7M : *On s'amuse.* / Nos divertimos.

8M y 7M : *On s'amuse.* / Nos divertimos.

5H : *On s'amuse.* / Nos divertimos.

La población adolescente también destaca como aspecto positivo el deporte, lo cual se corresponde con otra de sus propias motivaciones para realizar la práctica deportiva, recogidas en el epígrafe anterior. La actividad les resulta atractiva y por ello la disfrutan.

\*\*\*

5H : *Faire du sport.* / Hacer deporte.

5H : *Le Footsal et (.) badminton.* / Fútbol sala y bádminton.

4M : *Les sports.* / Los deportes.

3M : *On fait des compétés contre les autres collèges.* / Hacemos competiciones contra otros institutos.

Otro elemento subrayado es la compatibilidad de los horarios de la *Association Sportive* con el programa académico. La planificación que brinda la *Association Sportive* facilita la participación de la población adolescente en las actividades deportivas, a diferencia de los clubes. Los propios adolescentes apuntan que los horarios de los clubes no se adaptan

bien al horario escolar, pues los entrenamientos suelen ser en la tarde después de clases, generalmente a partir de las 17 horas, y eso implica las dificultades en el rendimiento deportivo, e incluso escolar, asociado a las horas de sueño y de descanso insuficientes.

\*\*\*

3M : *Moi aussi, les horaires. Parce qu'au club, on a des horaires pas très bien pour nos cours. / Yo también, el horario. Porque en el club, el horario no está bien para nuestras clases.*

2M : *Oui, c'est tard. / Sí, es tarde.*

Asimismo, se debe señalar que los clubes deportivos tienen un carácter competitivo oficial y de alto rendimiento, y no son de acceso abierto. Esto explica el proceso de selección durante la inscripción, que lleva a la especialización desde edades tempranas. Si bien la selección resulta favorable, la tarifa a pagar puede ser otro impedimento de acceso a un club deportivo para los más desfavorecidos dentro de la población adolescente del *Collège Robert Desnos*.

Según el club escogido, el deporte y el equipamiento deportivo, hablamos de tarifas que sobrepasan los 100 euros anuales. Por tanto, aunque también existe un pase deportivo (*Pass 'Sport*) de 50 euros para ayudar a niños y adolescentes provenientes de familias con dificultades, que deben cumplir con requisitos específicos, a inscribirse en un club deportivo (Web Ministère des Sports et de Jeux Olympique et Paralympique, 2022), el costo sigue siendo muy elevado, dadas las características socio-económicas de estos adolescentes.

#### **4.3.2. Elementos Negativos de la *Association Sportive***

Los adolescentes entrevistados señalan lo que menos les gusta de la *Association Sportive*. La mayoría hacen referencia a la programación de fechas y horarios de los deportes, en general indican que no es suficiente.

\*\*\*

1H : *C'est que je n'aime pas dans l'AS, bah, c'est le temps, quoi, +c'est trop+ (.), en fait, on fait une heure, après qu'on finit manger à la cantine et directement il y a, c'est bien il y a directement le sport, mais après on doit retourner directement en classe. / Lo que no me gusta de la AS, bueno, es el tiempo, qué, +es demasiado+ (.), de hecho, hacemos una hora, después de que terminamos de comer en la cantina y luego hay, está bien que haya deporte directamente, pero después tenemos que volver directamente a clase.*

2H : *Eh, moi pareil... le temps.* / Eh, yo igual... el tiempo.

5H : *Le temps.* / El tiempo.

4H : *Moi aussi, le temps.* / Yo también, el tiempo.

<Todos ríen a la vez >

3H: *Moi, le temps.* / Yo, el tiempo.

3H : *Bah, je trouve, comme le numéro (.), comme le numéro 2* <hace referencia al 1H>, *qu'on n'a pas assez de temps pour faire du sport et c'est tout.* / Pues yo encuentro, como el número (.), como el número 2 <hace referencia al 1H>, que no tenemos tiempo suficiente para hacer deporte y ya está.

9H : *Quand c'est annulé...* (bbbb). / Cuando se cancela... (bbbb).

En cuanto a la organización de los partidos, destacan como dificultad la realización de partidos durante los entrenamientos sin distinción de niveles ni roles definidos para los miembros del equipo. Aspecto que, tanto para el funcionamiento de la propia AS como para la propuesta de la presente investigación, es decisivo para lograr una mayor participación de adolescentes e incentivar el deporte como un estilo de vida saludable al alcance de todas y todos. Por ende, este elemento que destaca la población adolescente como negativo, podría decirse que es un recurso estratégico para no poner en dificultad a aquellos con menores condiciones físicas y posibilitar la entrada de una mayor cantidad de adolescentes a la asociación.

\*\*\*

6M : *C'est parce que (.), euh, comme on a des niveaux différents, ils font tous au même niveau et pas de différents niveaux.* / Es porque (.), eh, como tenemos diferentes niveles, todos hacen al mismo nivel y no se hace en diferentes niveles.

3M : *Il manque, par exemple, les titulaires euh (.), il manque des titulaires et des remplaçants, au moins l'équipe, elle sera mieux renforcée.* / Faltan, por ejemplo, titulares (.), faltan titulares y suplentes, por lo menos el equipo estará mejor reforzado.

3M : *J'ai dit : il y a des gens qui jouent trop perso, ils jouent en solo, pour ça j'ai dit : il faut des titulaires et des remplaçants aussi.* / Dije: hay gente que juega demasiado individualmente, juegan solos, por eso dije: necesitamos también titulares y suplentes.

Otro elemento de descontento general es el arbitraje y su organización. La población adolescente no está de acuerdo con el hecho de que sean sus propios compañeros quienes tengan un rol tan importante como el arbitraje, ya que puede definir los resultados del juego. En este sentido, señalan que dentro de las asociaciones deportivas hay árbitros



“malos”, que no desempeñan bien su rol debido al favoritismo que muestran en beneficio, frecuentemente, de su propio equipo de procedencia.

\*\*\*

5H : *Il y a des mauvais arbitres.* / Hay árbitros malos.

8M : *Je suis d'accord.* / Estoy de acuerdo. <Se refiere al comentario de 5H>

7M : *Moi aussi.* / Yo también. <Se refiere al comentario de 5H>

3M : ... *Pas de, pas de favoritisme, par exemple : si tu es arbitre de ton équipe, comment s'appelle ? (.) Quand tu arbitres, quand tu es de ton équipe, mais tu arbitres aussi des autres équipes, tu dois pas (sic) faire des préférences pour ton équipe, tu dois arbitrer bien.* / ... No, nada de favoritismo, por ejemplo: si eres árbitro de tu equipo, ¿cómo se llama? (.) Cuando arbitras, cuando eres de tu equipo, pero arbitras a otros equipos también, no debes (sic) hacer preferencias por tu equipo, debes arbitrar bien.

Este discurso de adolescentes pone en riesgo no solo la capacitación en diferentes roles y habilidades de la población adolescente, como el arbitraje, sino el propio trabajo de educación en valores desarrollado por sus profesores dentro de la práctica deportiva.

Si bien el director del instituto y presidente de la AS explica que lo fundamental es el respeto al otro y a las reglas, lo cual está escrito en el reglamento interior, que además se actualiza cada año, también reconoce la importancia de la participación de todos los actores que intervienen en la vida escolar para lograr la educación en valores del alumnado.

*Tenemos las reglas del colegio y a partir de eso, no es solo tener un texto escrito, sino hacer que se respete este escrito... lo importante es que lo, lo respeten ese texto. ++Y cada año++ el reglamento interior del colegio se vuelve a votar... (E1, 2020)*

Por su parte, el profesor Cornette asocia el hecho de que adolescentes no respeten las reglas o las decisiones de sus pares como árbitros, o incluso como jugadores, a espacios precisos de competición, que suponen mayor presión y concentración de lo habitual.

*Pero, ehm, para ellos es difícil mantener la concentración durante todo un día de torneo y (.) y tener el espíritu digamos de un deportista bien... sí de competición, muy bien ahí, o sea, en un partido de, no sé, de media hora, durante 10 minutos están muy bien y después hay algo que pasa y <hace clic con sus dedos>, y se va. Se va, ya no hay concentración, ya no hay, ya no*

*respetan las reglas, se pueden enfadar, se pueden pelear con uno de otro equipo porque “no, no es justo, que eso no es así”. (E2, 2020)*

Al principio de su entrevista el profesor Cornette no puede explicar exactamente lo que ocurre con los adolescentes en el contexto de competición, lo describe como “algo que pasa”, y sigue diciendo que comienzan bien y pasado un breve tiempo cambian su actitud. Sin embargo, luego plantea esta problemática como la búsqueda de justicia propia del adolescente.

*Entonces, bueno... Y tienen una noción propia de la justicia (...) Eso es. ¡Ellos tienen una noción propia! Suya, sí, de la justicia y cuando no, cuando algo que pasa y que para ellos no es relación con esa justicia (.) ¡ahí hay un problema! Ahí cada vez es: “¡no es justo!”, pero el árbitro dijo sí que había falta, foul (sic) o que, no sé, “no, pero eso no es, que hay trampa, que”, pero no tú hiciste algo malo, y cada vez así es. Y bueno en mi curso normal, eh, cuando yo digo no, ahí para los naranjas, ahí hay algo, para los no sé qué “ah no profesor, que usted está haciendo trampa, que usted está ayudando a los otros”. Entonces cuando no es para ellos, para sí mismos, no es bueno (.) Entonces, la regla sí pero cuando es para sí mismo está bien, si es para los otros, no finalmente es trampa o... (E2, 2020)*

Lo cierto es que hay un trabajo en profundidad a hacer de educación en valores. Como suele ocurrir en la adolescencia, tanto chicos como chicas necesitan reconocimiento y aceptación, lo que puede verse amenazado ante el fracaso, reflejado por ejemplo en el hecho de perder un partido en el deporte. De ahí la necesidad de acompañar al adolescente en su educación, desde donde se transmiten valores, como el respeto, para una mejor convivencia e integración en la sociedad.

Asimismo, la población adolescente en los talleres-encuentros se pronuncia contra el individualismo existente dentro del equipo, ya que algunos adolescentes tienden a jugar solos, aun cuando hablamos de juegos colectivos como el baloncesto. Este tipo de comportamiento individualista no solo puede afectar negativamente el rendimiento del equipo y disminuir la calidad de la experiencia deportiva para todos los miembros, sino que puede crear una atmósfera desfavorable y de división dentro del equipo.

\*\*\*

3M : *Il y a des gens qui sont très perso...* / Hay gente que es muy individualista...

3M : *J'ai dit : il y a des gens qui jouent trop perso, ils jouent en solo...* / Dije: hay gente que juega demasiado en individual, juegan solos...

También debemos puntualizar que algunos adolescentes no encuentran necesariamente aspectos negativos dentro de la *Association Sportive*. Para algunos todo está bien y todo les gusta, no tienen nada que señalar.

\*\*\*

4M : *On n'aime pas... rien.* / No nos gusta... nada.

3M : *Tout est bien.* / Todo está bien.

8M : *Euh (.), -j'aime tout-. +J'aime tout+. / Uh (.), -Me gusta todo-. + Me gusta todo+.*

Si bien una parte de la población adolescente plantea los aspectos negativos de la *Association Sportive* y otra parte no señala nada al respecto, la mayoría comparte sus propuestas de mejoras para este programa.

#### **4.3.3. Elementos a mejorar en la *Association Sportive***

A pesar de que el *Collège Robert Desnos* no cuenta con un canal de comunicación establecido que permita a sus estudiantes participar y expresar sus opiniones sobre la *Association Sportive*, se ha abierto un espacio dentro de los talleres-encuentros llevados a cabo en esta investigación para que compartan sus propuestas de mejora.

La población adolescente expone algunas mejoras y/o cambios a efectuar en la *Association Sportive*. Como planteamiento general, precisan que se debe mejorar todo lo que planteado anteriormente como elementos negativos.

\*\*\*

3M : *Bah, c'est qu'on a dit qu'on n'aime pas.* / Eh, es eso que dijimos que no nos gusta.

Su principal demanda e interés es el aumento del tiempo de entrenamiento, donde proponen extender los horarios de las actividades deportivas y entrenar varios días en la semana, si bien eso significa modificar el horario académico. Entonces, se puede subrayar el interés de la población adolescente por pasar tiempo practicando las actividades deportivas de la AS, lo cual favorece la apreciación de la práctica deportiva dentro de los hábitos saludables de estos adolescentes.

\*\*\*

1H : *Euh, en fait, c'est que j'aimerais bien que ça change un peu c'est le temps, parce que (.) en fait (.) <2H repite : le temps>, s'il y a un peu de temps, on fait qu'une heure et après c'est le cours et voilà, c'est... / Eh, de hecho, lo que me gustaría que cambiara un poco, es el tiempo, porque (.) de hecho (.) <2H repite: el tiempo>, si hay un poco de tiempo, sólo hacemos una hora y luego es el curso y ahí está....*

1H : *Le temps. / El tiempo.*

2H : *Le temps. / El tiempo.*

2H : *On enlève des cours. +On enlève des cours+. / Quitamos clases. + Quitamos clases+.*

1H : *Comment qu'on enlève des cours ? Ah, oui, on peut décaler des cours. / ¿Cómo se quitan las clases? Ah, sí, podemos posponer las clases.*

2H : *On finit à 11h30 (bbbb). / Terminamos a las 11:30 (bbbbbb).*

1H : *En fait, on aimerait bien que ça soit, par exemple, on finit les cours, par exemple : on commence le matin à 8h30, non, on commence le matin à 8h15, un truc comme ça, on finit à 9h, après on fait 9h-10h20, après on fait 11h jusqu'à 11h30, à 11h30 on mange à la cantine. NON, non, on finit à midi, midi pile. Là, à midi on arrête la cantine, après de 12h30 à 13h, à 14h, là on fait badminton ou le sport, là ça dure au moins une heure trente, pas une heure. Mais, les gens, on décale un peu l'heure. Mais, là, le temps de mettre les matériels, plus le temps de jouer, plus le temps de ranger les matériels, on tire au moins 30 minutes de jeux plus 15 minutes à ranger. / De hecho, nos gustaría que fuera, por ejemplo, terminamos las clases, por ejemplo: empezamos por la mañana a las 8:30, no, empezamos por la mañana a las 8:15, o algo así, terminamos a las 9:00, luego hacemos de 9:00 a 10:20, luego hacemos de 11:00 hasta las 11:30, a las 11:30 comemos en la cantina. NO, no, terminamos al mediodía, al mediodía en punto. A mediodía dejamos de comer en la cantina, luego de 12:30 a 13:00, a las 14:00, hacemos bádminton o deporte, que dura al menos una hora y media, no una hora. Pero, gente, cambiamos un poco la hora. A ver, el tiempo para colocar el material deportivo, más el tiempo para jugar, más el tiempo para guardar el material, tenemos por lo menos 30 minutos de juego más 15 minutos para guardarlo.*

3M : *Ah, il y a un truc que j'ai oublié... +Il y a un truc que j'ai oublié+, et aussi il y a un truc que je n'aime pas c'est aussi qu'il y a que le mercredi, et ça sera mieux qu'il y ait plus des jours (...). Ça sera mieux qu'il y ait en deux jours, par exemple... <alguien habla en voz baja> euh ? / Ah, hay algo que olvidé... +Hay algo que olvidé+, y también hay algo que no me gusta, que es que sólo hay miércoles, y sería mejor si hubiera más días (...). Sería mejor que hubiera dos días, por ejemplo... <alguien habla en voz baja> ¿eh?*

5H : *Samedi*. / Sábado.

<Algunos rechazan la idea por ser fin de semana, prefieren entre semana. Hablan a la vez>

6H : *Comme mardi et jeudi*. / Como martes y jueves.

Una minoría sugiere llevar a cabo las sesiones de entrenamiento por niveles y categorías establecidas dentro de la práctica deportiva. En esto hacen alusión a la organización de los equipos para la competición, lo cual se completa con el hecho de declarar los titulares y los reemplazantes. Esta organización, como estrategia, puede asegurar una mejor representación del equipo en los torneos. Tomando en consideración que son planteamientos de adolescentes que prefieren competir, se puede notar su interés en hacer equipo con otros compañeros de buen nivel deportivo, ya sea en condición de titular o de reemplazante.

\*\*\*

2M : *Mettre des niveaux différents*. / Poner diferentes niveles.

3M : (...) *il faut des titulaires et des remplaçants aussi*. / (...) también se necesitan titulares y suplentes.

En este sentido, también se demanda el cambio en la política de arbitraje. Para ello, proponen que los árbitros sean profesionales y no sus coetáneos, alegando que estos últimos por lo general responden a los intereses de sus equipos respectivos, lo cual se menciona anteriormente como parte de los elementos negativos de la AS.

\*\*\*

5H : *L'arbitrage*. / El arbitraje.

3M : *Que ce ne soient pas des enfants qui arbitrent et non... et des vrais arbitres*. / Que no sean niños quienes arbitren y no... y árbitros de verdad.

4H : *Les adultes*. / Los adultos.

8M : *Ah, bah, pareil, adultes*. / Ah, bueno, lo mismo, adultos.

De ahí la necesidad de continuar implementando acciones para educar en valores y enseñar habilidades para futuras profesiones, como arbitrar, a la población adolescente. Ante lo cual, se debe tener en cuenta que esta enseñanza-aprendizaje en el deporte puede incidir de forma positiva en la convivencia y hábitos de vida de estos adolescentes, incluso en edad adulta, aspecto que no necesariamente ellos comprenden en esa etapa de su vida.

Por último, se hace referencia a los recursos materiales. Aun cuando no señalan problemas con los implementos deportivos, plantean la necesidad de llevar un vestuario adaptado,

que se corresponda con el deporte en cuestión, sugiriendo la adquisición de nuevos uniformes, sobre todo para encuentros y competiciones.

\*\*\*

4M : *On peut mettre des tenues adap (sic)... adaptées pour le basket.* / Podemos llevar ropa adecuada (sic)... adecuada para el baloncesto.

1M : *Oui, pour les matches.* / Sí, para los partidos.

2M : *Ouies...* / Sí...

(bbbb)

3M : *On 'a...* / Tenemos...

6M : *Mais on 'a.* / Pero tenemos.

4M : *Des nouveaux ?!* / ¿Nuevos?

3M : *On n'a pas des nouveaux.* / No tenemos nuevos.

4M : *Ah ! / ¡Ah!*

Estos adolescentes suelen participar en encuentros amistosos o torneos no oficiales, intraescolares y interescolares, pero también existen torneos y competiciones oficiales a diferentes niveles dentro de la *Association Sportive*, y nuestros adolescentes compiten en el primer nivel. Dentro de la asociación los adolescentes pueden decidir si participan o no en las competiciones, lo cual hace que no todos los adolescentes inscritos acudan a todos los partidos competitivos. No obstante, en este caso los adolescentes que sugieren nuevos uniformes sí van a las competiciones.

#### **4.4. Valores señalados por los adolescentes**

Entre los valores mencionados por la población adolescente tenemos el respeto, la cortesía, la colectividad, el trabajo en equipo, la amistad, la solidaridad, la responsabilidad, el juego limpio, la honestidad, la humildad, la aceptación e integración del otro y la competitividad. Algunos de estos valores son reconocidos por los/las adolescentes como parte de la *Association Sportive*, otros valores son señalados como necesarios para transmitir a adolescentes.

Se remarca la importancia de valores como: el respeto, la amistad, la colectividad y el juego limpio. Estos valores son identificados no solo dentro de la *Association Sportive*, sino también como algunos de los valores que debe tener la población adolescente.

En cuanto al respeto, es un valor que también se encuentra reflejado en el Reglamento Oficial del colegio Robert Denos y en el discurso de las fuentes entrevistadas en

representación de la asociación deportiva: Eric Rabaza, *Principal*<sup>20</sup> du *Collège Robert Desnos* y *Président des Associations Sportives*, y Victor Cornette, *Professeur d'Education Physique et Sportive (EPS) du Collège Robert Desnos* y *Professeur de sport de l'Association Sportive* (ver Anexo 2).

El respeto, como valor, está registrado en los documentos institucionales del colegio y, por tanto, se aplica de igual manera en la asociación deportiva según su presidente: “Sí, clase, asociación, todo. Todos tenemos que tener el mismo reglamento, la misma conducta” (E1). Asimismo, el valor respeto es reconocido no solo por los entrevistados representantes de la AS, sino por los propios adolescentes miembros durante los talleres-encuentros.

Como parte de nuestra investigación, se ha realizado la observación en tres clases de la *Association Sportive*: escalada, baloncesto y bádminton; las cuales están entre las favoritas de los alumnos. Otro deporte importante para la población adolescente es el fútbol, pero no fue posible llevar a cabo la observación debido a la suspensión de sus entrenamientos, como parte de las medidas sanitarias tomadas en los colegios franceses a causa del COVID-19.

Precisamente la condición sanitaria a nivel nacional ha limitado la observación a solo tres entrenamientos y ha impedido la observación de encuentros y/o competiciones. En esos entrenamientos también se trabaja el respeto, así como otros valores: la disciplina, el trabajo en equipo, la colaboración y la colectividad, siendo un objetivo común en los tres momentos observados el respeto y el trabajo en equipo.

Si bien la población adolescente por lo general muestra una actitud receptiva en los entrenamientos observados también enfrenta momentos de dificultad ante la autoridad (representada por el árbitro) y en cierta manera a las reglas. Los chicos y chicas con más dificultades para respetar y someterse a la autoridad en un deporte como el baloncesto son esencialmente estudiantes de 13 y 14 años, que en su mayoría provienen de familias desfavorecidas.

Durante el entrenamiento de baloncesto se pudo observar la falta de respeto a la autoridad, en este caso hacia el profesor y los alumnos que tenían un rol de árbitro, en medio de un

---

<sup>20</sup> Término utilizado en francés para referirse al Director de Bachillerato.

juego entre dos equipos del mismo instituto. Al principio se siguen las instrucciones del profesor, aunque con un poco de indisciplina y falta de atención, lo que pasa a convertirse en indisciplina grave y falta de respeto cuando en el juego se comienzan a anotar los puntos de cada equipo.

Ante los gritos y reclamaciones de esos alumnos que no respetan la decisión de los árbitros, el profesor les aparta del juego, les llama en privado de forma individual para hablarles y hacerles ver su mala conducta. Luego, los manda al banquillo hasta nueva orden, con lo que muchos no se conforman y continúan protestando y quejándose.

Otro caso son los alumnos que se enfadan con ellos mismos y muestran manifestaciones violentas contra sí o contra los implementos deportivos por haber fallado o cometido un error (ejemplo: en un tiro de 3 puntos), con los cuales el profesor habla en privado, los retira del juego unos minutos para que puedan calmarse y luego pueden volver a unirse al equipo, estrategias de aprendizaje emocional que pueden tomar más tiempo de lo previsto.

A pesar de que las relaciones entre alumnos y profesor-alumno, generalmente, suelen ser buenas, eso no impide que en momentos de conflictos de intereses predomine la falta de respeto y la agresividad, que ponen en detrimento el resto de los valores que se trabajan en el deporte.

Este equilibrio inestable entre lo que se asume como razonable y las conductas que se alejan, en ocasiones, de ello, es la cotidianeidad, como es previsible en estas edades y contextos. Para profundizar en ello, en nuestra investigación se comparan los valores que identifica la población adolescente dentro de la *Association Sportive* y aquellos valores que los propios adolescentes reconocen como necesarios para transmitir a sus coetáneos. De esta manera, se logra saber si los valores identificados en la AS son los mismos que se deben trabajar con la población adolescente.

#### **4.4.1. Valores identificados en la *Association Sportive***

Como parte de los talleres-encuentros realizados se aborda el tema de valores con la población adolescente. En la primera parte de los talleres, se mencionan los valores con los cuales se identifica la *Association Sportive* del *Collège Robert Denos*. Dentro de las actividades deportivas que propone la asociación, la población adolescente distingue los



siguientes valores: el respeto, la colectividad, el trabajo en equipo, la amistad, la solidaridad, el juego limpio, la honestidad y la competitividad.

El respeto es uno de los valores mencionados por los adolescentes en los tres talleres de la primera etapa de trabajo. Dentro de su reflexión se refieren al respeto en general, principalmente hacia el otro. De igual manera, plantean que se debe respetar el material deportivo, lo cual hace alusión sobre todo al cuidado de esos bienes.

Si bien muestran estar de acuerdo con el respeto como valor dentro de la asociación, se debe tener en cuenta también que es un valor promovido por la institución. Esto puede incidir en el consenso que manifiestan los adolescentes participantes sobre el respeto, lo cual converge con los momentos de falta de respeto en los entrenamientos por parte de los propios adolescentes.

\*\*\*

3H : *Le respect, au matériel aussi...* / El respeto, a lo material también...

5M : *Ummm, le respect aussi...* / Ummm, el respeto también...

9H : *Le respect.* / El respeto.

La colectividad y el trabajo en equipo son dos valores que los adolescentes expresan juntos, a un mismo nivel de significado. Estos valores son asociados por los adolescentes al hecho de trabajar juntos, tomando en cuenta que incluso en deportes como la escalada, de naturaleza más individual, se trabaja en grupos/equipos. Además de manifestar un consenso al respecto, los adolescentes describen estos dos valores como la ayuda que se brinda entre los miembros del equipo, es decir entre pares.

\*\*\*

2H : *-La collectivité-*. / La comunidad (podemos hablar de colectividad, trabajo en equipo).

5H : *C'est bien (.), on travaille ensemble.* / Es bueno (.), trabajamos juntos.

2H : *La collectivité.* / La colectividad.

5H : *Collectivité.* / Colectividad.

2M : *L'entraide (.), de l'équipe.* / Ayudarnos unos a otros (.), el equipo.

1M : *-- Collectivité--.* / -- Colectividad--.

La amistad es uno de los valores más apreciados y demandados por la población adolescente en general. Si bien en los talleres con adolescentes se menciona la amistad una sola vez, su planteamiento es acompañado de la idea de aumentar la vida social, haciendo alusión a la necesidad de socialización e integración que tiene la población

adolescente. Esto se reafirma al evocar el deseo de tener muchos amigos, con lo cual el resto está de acuerdo.

\*\*\*

5H : *Augmenter sa vie sociale et se faire plein d'amis...* / Tener más vida social y hacer muchos amigos.

La solidaridad también es mencionada una sola vez. Es interesante el hecho de indicar que se ayudan, poniendo como ejemplo los espacios de competición. En este sentido, podemos remarcar la importancia de la amistad y del trabajo en equipo dentro del deporte.

\*\*\*

6M : *On est solidaires entre nous, quand il y a des matches on s'encourage.* / Somos solidarios entre nosotros, cuando hay partidos nos animamos mutuamente.

El juego limpio y la honestidad son dos valores citados por los adolescentes durante los talleres. Sin embargo, en su explicación podemos apreciar que son valores cuestionados por los adolescentes dentro de la asociación deportiva. En sus comentarios vuelven a hacer referencia al problema existente con el rol de árbitros que realizan sus coetáneos, cuyas decisiones se ponen en duda al beneficiar a sus equipos respectivos. Por tanto, se pide que se cumpla bien la función de árbitro en los juegos deportivos, haciendo referencia a la honestidad y al juego limpio en el deporte, juego limpio que exige el respeto de las reglas.

\*\*\*

3M : *Euh, comment s'appelle ? Pas de, pas de favoritisme, par exemple : si tu es arbitre de ton équipe, comment s'appelle ? (.) Quand tu arbitres, quand tu es de ton équipe, mais tu arbitres aussi des autres équipes, tu dois pas (sic) faire des préférences pour ton équipe, tu dois arbitrer bien. (.) L'honnêteté.* / Eh, ¿cómo se llama? No, nada de favoritismos, por ejemplo: si eres árbitro de tu equipo, ¿cómo se llama? (.) Cuando arbitras, cuando eres de tu equipo, pero también arbitras a otros equipos, no debes (sic) hacer preferencias por tu equipo, debes arbitrar bien. (.) Honestidad.

8M : *C'est pareil.* / Lo mismo.

2M : *Le fair-play.* / Juego limpio.

La competitividad es un valor que también está presente en la práctica deportiva que propone la *Association Sportive*. La población adolescente con sus frases revela el carácter competitivo que tiene la asociación y que ellos comparten. Les gusta ganar y

llegar a obtener el primer lugar, así como sobrepasar sus propios límites. Si bien la competición no es el principal objetivo de la AS, la misma cuenta con la organización e infraestructura necesarias para desarrollar y promover eventos competitivos, ante lo cual la población adolescente puede optar por participar, o no.

\*\*\*

1M : *J'aime bien, j'aime bien euh (...)* / Me gusta, me gusta eh (...) <risas>

2M : *Gagner en équipe !* / ¡Ganar en equipo!

1M : *Ah, oui, gagner en équipe, effectivement.* / Ah, sí, ganar en equipo, efectivamente.

5H : *... eh, bah, devenir premier en tous les sports.* / ... eh, bueno, llegar a ser el primero en todos los deportes.

3H : *Déjà faire le sport !* / ¡Pues hacer el deporte!

2M : *Se dépasser.* / Superarse a uno mismo.

Como se ha podido apreciar, existe un consenso generalizado respecto a los valores que la población adolescente percibe dentro de la *Association Sportive*. No obstante, es preciso señalar que, de los valores mencionados, podemos citar tres que se presentan como parte del programa deportivo, si bien son cuestionados por los propios adolescentes en sus relatos o por la observación llevada a cabo por la investigadora. Esos tres valores son el respeto, la honestidad y el juego limpio.

A partir de los valores identificados dentro de la AS, podemos observar que la finalidad educativa del deporte dentro de esta asociación se fundamenta en valores sociales y personales que, como se precisa en el capítulo 1 (ver epígrafe 1.4.6.), se deben promover de forma intencionada dentro de una relación positiva.

A continuación, pasamos a identificar aquellos valores que, según la población adolescente, deben ser trabajados en la educación de sus coetáneos. Para ello se abrió un nuevo espacio de debate en los talleres-encuentros con adolescentes.

#### **4.4.2. Valores identificados para transmitir a adolescentes**

En la segunda parte de los talleres-encuentros que se realizaron, se pide a los adolescentes participantes que mencionen los valores que en su opinión deben ser transmitidos a sus coetáneos, es decir aquellos valores que deben formar parte de la educación de la población adolescente. Entre los valores citados por los propios adolescentes se destacan: el respeto, la cortesía, la amistad, la colectividad, el trabajo en equipo, el juego limpio, la humildad, la responsabilidad, la aceptación e integración del otro.

En esta parte, se hace también referencia al respeto y se añade la cortesía. No obstante, se enfoca el mensaje hacia el respeto del otro, haciendo alusión a la convivencia, al saber vivir en comunidad. De ahí que se pone un ejemplo concreto fuera del contexto escolar, describiendo en cierta medida su realidad social al ser residentes de un barrio vulnerable, zona conflictiva, que también entra dentro de las zonas de educación prioritaria.

\*\*\*

2H : *+Le respect+*. / +El respeto+.

3M : *Le respect.* / El respeto.

5H : *Le respect.* / El respeto.

9H : *Polis.* / Educados.

4H : *Je sais pas (sic)... déjà les adolescents... je pense qu'ils devraient déjà plus d'arrêter, arrêter de faire de bêtises la nuit...* / No sé (sic)... los adolescentes ya... creo que deberían dejar de hacer estupideces por la noche...

6M : *Ah, ouais !* / ¡Oh, sí!

8M : *Ouais ! Ne pas faire de bêtises.* / ¡Sí! Qué no hagan estupideces.

4H : *Euh, déjà arrêter de balancer des cocktail molotov sur les voitures, ça s'est passé +devant chez moi+ (...) +à minuit !+ (bbbb).* / Eh, dejad de tirar cócteles molotov (bomba casera) a los coches, ¡eso pasó delante de mi casa (...) a medianoche!

La amistad es nuevamente señalada como un valor fundamental para la población adolescente. En este sentido, remarcan algunas características de la amistad que son importantes para ellos, como por ejemplo: el amor, el sustento y el apoyo de un amigo, la lealtad, fidelidad como lo contrario a la traición, y el placer de jugar y de divertirse entre amigos. Con este aspecto hay un consenso general.

\*\*\*

3M : *... les encouragements.* / ... los ánimos.

8M : *L'amitié aussi.* / La amistad también.

2M : *Pas (sic) se faire trahir parce que c'est horrible.* / No (sic) ser traicionado porque es horrible.

7M : *L'amour.* / El amor.

3H : *Le plaisir de jouer.* / El placer de jugar.

Además, resulta interesante que los propios adolescentes se refieran a la aceptación e integración del otro como un valor a transmitir a sus iguales. Se precisa el hecho de aceptar y recibir a otros, aunque no sean buenos, refiriéndose al rendimiento deportivo. En este caso, también se puede hablar de la aceptación del otro en general, sobre todo teniendo en cuenta la diversidad cultural que existe dentro de la comunidad escolar del

*Collège Robert Desnos*. Esto puede tener relación, aunque no se especifica, con la promoción de la inclusión social y de la igualdad, incluyendo de género, a través del deporte por la que apuestan las instituciones nacionales e internacionales (ver Capítulo 2).

\*\*\*

9H : *Accepter les autres, même s'il y a des personnes qui ne sont pas bons, bah, les recevoir...* / Aceptar a los demás, aunque haya personas que no sean buenas, pues recibirlas...

En otro espacio, dentro del taller-encuentro, se hace mención a valores como la colectividad, el trabajo en equipo, el juego limpio y la humildad. Si bien son diferentes valores, son evidentes las interrelaciones entre ellos. Todos estos valores apuntan al buen funcionamiento de un equipo. De ahí que los adolescentes mencionan puntualmente el juego limpio, el cual asocian a la importancia de que sus coetáneos aprendan a perder, evocando el respeto desde la posición de ganador o de perdedor. Asimismo, especifican que no es fácil ser un buen perdedor, que es algo duro, pero que de cierto modo es parte de ser un deportista. Aprender a perder, igual que a ganar es fundamental para diversos aspectos de la vida y estos procesos en el ámbito deportivo puede jugar un papel importante para ello.

\*\*\*

6M : *Le fair-play c'est (.), même si on perd on respecte les perdants (en lugar de decir : les gagnants) et si on gagne on respecte les perdants.* / El juego limpio es (.), aunque perdamos, respetamos a los perdedores (en lugar de decir: a los ganadores) y si ganamos respetamos a los perdedores.

3M : *Euh, tous qu'était avant parce que c'est la même chose pour les adultes et les ados... oui, mais sur tout euh (.) La collectivité, parce que c'est un principe du basket, c'est un sport collectif.* / Eh, todo eso era antes porque es igual para adultos y adolescentes... sí, pero en todo eh (.) La colectividad, porque es un principio del baloncesto, es un deporte colectivo.

5H : *Être un bon perdant...+c'est dur+... / Ser un buen perdedor...+es duro+...*

2M : *La sportivité. Être sportif.* / Deportividad. Ser deportivo.

La responsabilidad se plantea de forma directa dentro de los talleres-encuentros. Por un lado, es relacionada por los adolescentes con el crecimiento y la madurez, que tanto ellos como sus iguales deben llegar a tener. Mientras que, por otro lado, asocian la

responsabilidad con el hecho de ser un ejemplo para los demás. Con respecto a este valor, la mayoría muestra estar de acuerdo.

\*\*\*

7M : ... *pour montrer l'exemple*. / ... para dar el ejemplo.

3H : *-La responsabilité-*. / *-Responsabilidad-*.

4H : *Pour montrer l'exemple*. / Para dar el ejemplo.

1M : *On grandit. La maturité*. / Creemos. La madurez.

En resumen, el respeto, la amistad, la colectividad y el trabajo en equipo son los valores más destacados en el discurso de la población adolescente, la cual identifica esos valores no solo dentro del programa de la AS, sino también como valores necesarios a transmitir en la adolescencia. Es interesante la brecha existente entre los valores mencionados como parte de la asociación deportiva y lo que se puede observar dentro de la misma. Como suele ocurrir, los tipos ideales con los que nos movemos no se corresponden en todo momento con las conductas en contextos concretos. Aunque el discurso de los valores en general está claro y además lo evidencian ellos mismos al demandarlo como algo a transmitir a “otros adolescentes”, en las prácticas cotidianas, por ejemplo, en las competiciones deportivas, resulta difícil la coherencia total. Estos saltos entre el decir y el hacer suele ser, en general, algo común en todas las edades, y el cerebro y energías físicas adolescentes son, si cabe, más proclives a esos ímpetus de contradicciones.

Si bien estos adolescentes caracterizan la asociación deportiva con valores como respeto, juego limpio, trabajo en equipo y colectividad, esto responde principalmente a la teoría de los valores del deporte en sentido general. Según los propios adolescentes, confirmado por datos obtenidos de las entrevistas y de la observación de la investigadora, son valores que se perciben en momentos puntuales, y no de forma regular, en las actividades deportivas propuestas dentro de la AS, a pesar de que son trabajados de manera sistemática. Por tanto, son valores que se deben continuar trabajando con la población adolescente y que pueden ser considerados en el diseño de la propuesta comunicativa. Sería interesante, y se plantea como una de las líneas de investigación a seguir, la valoración, pasada la adolescencia, del poso que ha dejado esta educación en valores a través del deporte en estos chicos y chicas, tanto a nivel de discurso como de conducta, en diversas áreas de la vida.

Otro tema que comparte la población adolescente en los talleres-encuentros es la violencia desatada por sus coetáneos en los espacios públicos, lo cual afecta notablemente el orden

cívico y el *savoir vivre ensemble*. Por ende, se reafirma la pertinencia de desarrollar una campaña de valores, que a su vez promueva el deporte como estilo de vida saludable, dirigida principalmente a adolescentes, y que pueda impactar de manera positiva su comportamiento y/o conducta social.

\*\*\*

4H : *Eh, déjà arrêter de balancer des cocktails molotov sur les voitures, ça s'est passé +devant chez moi+ (...) +à minuit !+ (bbbb). / Eh, dejar de tirar cócteles molotov a los coches, pasó +delante de mi casa+ (...) + ¡a medianoche!+ (bbbb).*

7M : *Arrêter de prendre (sic) des rendez-vous pour se taper (bbbb). Parce que la dernière fois il y a eu des disputes entre jeunes, y'a (sic) eu des morts, etc. Donc, arrêtez ça parce que (...), bah en disant dans sa tête que, eux, ils ont une famille... pour montrer l'exemple. / Dejar de darse (sic) citas para pelaer (bbbb). Porque la última vez hubo discusiones entre jóvenes, hubo muertos, etc. Así que dejen eso porque (...), bueno diciendo en su cabeza que ellos, ellos tienen una familia... para dar el ejemplo.*

Como anunciamos al principio del epígrafe, el respeto, como valor, se encuentra registrado en el Reglamento Oficial del colegio Robert Desnos, dígase *Règlement Interieur*. Entre los objetivos de este reglamento se encuentra establecer un clima de confianza y respeto mutuo, esencial dentro de una comunidad educativa. Para ello, se establecen como principios fundamentales el respeto a la laicidad y a la neutralidad política, ideológica y religiosa, así como es un deber la tolerancia y el respeto hacia el otro, independientemente de su personalidad y creencias.

Le respect des principes de laïcité et de neutralité politique, idéologique et religieuse, incompatibles avec toute propagande. Ainsi conformément aux dispositions de l'article L141-5-1 du code de l'Éducation, le port de signes ou de tenues par lesquels les élèves manifestent ostensiblement une appartenance religieuse est interdit. Lorsqu'un élève méconnaît cette interdiction, le chef d'établissement organise un dialogue avec cet élève avant l'engagement de toute procédure disciplinaire.

Le devoir de tolérance et le respect d'autrui dans sa personnalité et dans ses convictions. (Collège Robert Desnos, 2020a, p. 01)

Siguiendo con el análisis de las fuentes, el respeto también es mencionado como un valor importante por los entrevistados: Eric Rabaza y Victor Cornette. Rabaza, como director del colegio, explica la importancia de este valor en la relación con el otro, sean adolescentes o adultos, en el derecho a ser diferente, así como el cuidado de los recursos y materiales escolares.

*El respeto, el respeto del otro, el respeto, la diferenciación (.) El derecho de ser diferente del otro. Porque nosotros acogemos a niños de (.) origen ++muy diferentes++ de todo, o sea que lo importante para nosotros es el respeto, el respeto al otro, está escrito en el reglamento. Respetar también todo lo que es (.) el colegio en sí, como (...): el local, el material, todo esto... Esto es importante, el respeto al otro, el derecho de ser diferente, esto sí que es importante (.) y el respeto también al adulto, todo esto lo tenemos escrito en el reglamento. (E1, 2020)*

Por su parte, el profesor Cornette afirma que “*el respeto eso es algo que cada año está, tenemos que trabajar eso... Eso está en el proyecto de deporte... Entonces que sea respeto entre humanos, entre alumnos (.) y respeto a las reglas*” (E2, 2020).

Como entrenador deportivo, Víctor Cornette además habla de dos valores que se suelen trabajar en el proyecto de deporte: autonomía y esfuerzo, los cuales también pueden contribuir al desarrollo personal y al futuro profesional de la población adolescente. Sin embargo, esos valores no han sido mencionados por los participantes en los talleres-encuentros, lo cual muestra la diferencia entre lo que se propone dentro de la AS y lo que realmente perciben sus miembros. De hecho, la mayoría de las adolescentes que participan en el diseño de la campaña plantean valores como el respeto, el trabajo en equipo, la amistad, la honestidad y el juego limpio

En general, las diferentes fuentes consultadas, ya sea a través de las entrevistas, de la observación realizada y de los talleres-encuentros, reconocen el respeto como el principal valor a promover entre adolescentes, considerando las dificultades que tienen esos jóvenes de respetar el otro, sobre todo en posición de autoridad.



#### **4.5. Incidir en el respeto y otros valores a través de las acciones comunicativas**

Algunas de las acciones comunicativas para transmitir valores a adolescentes, que propone la propia población adolescente, se enmarcan en la comunicación oral, el intercambio cara a cara, que incluso sugieren realizar a través de la práctica deportiva. Si bien este aspecto puede no ser del todo coherente con una generación mayormente digital, que comunica cada vez más a través de dispositivos digitales, podemos corroborar que es parte de la manera de interactuar en la adolescencia, donde se busca pasar tiempo y divertirse con amigos personalmente, aunque estos espacios también puedan estar acompañados de tecnologías digitales.

\*\*\*

3H : *Avec le sport.* / Con el deporte.

3H : *Avec le sport on peut expliquer des trucs comme la solidarité ou, bah, le respect.* / Con el deporte puedes explicar cosas como la solidaridad o, bueno, el respeto.

1H : *C'est bon.* / Eso está bien.

3H : *C'est bon.* / Eso está bien.

5H : *C'est bon, oui.* / Eso está bien, sí.

6M : *Euh, leur faire faire (sic) du sport collectif.* / Eh, hacerles hacer (sic) deportes colectivos.

3M : *Parler entre nous.* / Hablar entre nosotros.

4H : *En communicant.* / Comunicando.

9H : *Parler avec eux.* / Hablar con ellos.

4H : *De bouche à oreille... C'est quand on dit à quelqu'un, et quelqu'un va redire à quelqu'un, et comme ça...* / El boca-oreja... Es cuando se lo cuentas a alguien, y alguien se lo volverá a contar a alguien, y así...

Compartir entre pares es importante para la mayoría de los adolescentes, por tanto, se proponen ellos mismos para comunicar y conversar con sus iguales sobre valores. Sin embargo, dentro de uno de los talleres-encuentros, una chica plantea que son los adultos quienes deben hablar con los adolescentes sobre este tema y, además, que sea una orden y si no cumplen debe aplicarse un castigo. Su comentario produjo un momento de tensión, discusiones dentro del grupo y manifestaciones de desacuerdo (gritos y gestos). Por ende, su idea fue rechazada desde el principio por la gran mayoría. Esto confirma la pertinencia de incentivar el intercambio, mediante un posible diálogo educativo, entre adolescentes, lo cual no impide un acompañamiento por parte del adulto.

\*\*\*

3M: *Que ce soient les adultes qui leur parlent comme ça c'est plus crédible, eh (.) C'est pas (sic) ils nous le demandent, ils donnent ++un ordre++ et comme ça on le fait. Eh, si on le fait pas (sic), on a une punition, en tout cas ça... / Es más creíble si son los adultos quienes les hablan, eh (.) No es (sic) que nos pregunten, nos dan ++una orden++ y así lo hacemos. Eh, si no lo hacemos (sic), nos castigan, en todo caso eso...*

1M: *Ou sinon tu dis au prof (sic) que t'oblige à faire ça, +mince+ ! / O si no le dices al profesor (sic) que tienes que hacer esto, +¡maldita sea!*

2M: *Qu'est-ce que tu dis ? / ¿Qué dices?*

3H: *+Qu'ils t'obligent ?!+/ +¡¿Qué te obliguen a hacerlo?!+*

<Todos hablan a la vez>

Los adolescentes se proyectan dentro de un radio de acción próximo a ellos y a sus propias posibilidades, lo cual facilita que se observen como protagonistas y responsables de estas acciones. De ahí sus propuestas de ser ejemplos y mostrar los valores en su manera de actuar, la transformación comienza por ellos.

\*\*\*

6M: *Être sociable. / Ser sociable.*

1M: *Être respectueux, RESPECTUEUX. / Ser respetuoso, RESPETUOSO.*

9H: *On doit respecter ses valeurs... (.) On doit respecter ses valeurs pour que les gens les voient sur nous. / Debemos respetar nuestros valores... (.) Debemos respetar nuestros valores para que la gente los vea en nosotros.*

8M: *Je suis d'accord. / Estoy de acuerdo.*

Algunos se apropian de medios de comunicación, citando ejemplos de medios impresos y digitales. Respecto a los medios impresos, se refieren al uso de pancartas y/o carteles, los cuales, según su descripción, son comunicativos y deben responder a las preferencias de la gente, refiriéndose a la población adolescente. Es por ello que proponen dibujos animados como parte del diseño, haciendo la comparación con los carteles de la marca McDonald. De igual manera, comienzan a reflexionar sobre la difusión de esos impresos, que no pondrían en los árboles, sino que podrían dárselos a lo demás al salir de la escuela.

\*\*\*

3M: *Faire des affiches. / Hacer carteles.*

3M: *Des affiches. / Carteles.*

2M : *On peut faire des affiches communicatives.* / Podemos hacer carteles comunicativos (publicitarios).

3H : *C'est ce que je voulais dire.* / Eso es lo que quería decir.

5H : *Ce que aiment les gens dans les affiches communicatives, par exemple mettre des dessins animés dans les affiches communicatives, ça marche beaucoup (...). Comme McDonald l'a fait.* / Lo que a la gente le gusta en los carteles publicitarios, por ejemplo poner dibujos animados en los carteles publicitarios, funciona mucho (...). Como hizo McDonald's.

7M : *Euh (.), aussi on pourrait faire des affiches et, au lieu de les coller par-dessus des arbres, on pourra même les donner aux gens.* / Uh (.), también podríamos hacer carteles y, en vez de pegarlos en lo alto de los árboles, podemos incluso dárselos a la gente.

6M : *A la fin de l'école.* / Al salir de la escuela.

En cuanto a los medios digitales, apuntan hacia las nuevas tecnologías de la comunicación, específicamente, se nombran las redes sociales digitales y la mensajería instantánea. Asimismo, reconocen que la mayoría hace uso del teléfono móvil regularmente, por lo que proponen la creación de una aplicación para teléfonos móviles, donde incluyen un posible eslogan que refleja uno de los valores que se pretenden promover, tomando como ejemplo el respeto. Si bien esta idea no es sustentada por el resto y no se lleva a cabo, confirma la tendencia de uso de las tecnologías digitales de esta joven generación.

\*\*\*

3M : *Des messages et des réseaux sociaux.* / Mensajes y redes sociales.

8M : *Faire de vidéos sur +les réseaux sociaux+.* / Hacer vídeos en +las redes sociales+.

4H : *Je pense que (.), euh comme je sais que les ados sont beaucoup sur leurs téléphones, je pense que, euh, je pense qu'on devrait créer une application où (.) le respect en premier, euh quelque chose comme ça...* / Creo que (.), eh como sé que los adolescentes están mucho en sus teléfonos, creo que, eh, creo que deberíamos crear una aplicación donde (.) el respeto primero, eh algo así...

La población adolescente participante en la investigación-acción también hace mención de algunas de las principales redes sociales digitales que, en su opinión, pueden utilizarse para transmitir valores a sus coetáneos. Aun cuando alguno dice que podrían mencionar todas las redes sociales, es necesario señalar que las redes digitales mencionadas están entre las más utilizadas por adolescentes.

\*\*\*

3M : *Snap.*

4H : *+Whatsapp+.*

9H : *Il y a plusieurs choses. / Hay varias cosas.*

5H : *Oui, mais ils l'ont déjà dit. / Sí, pero eso ya lo han dicho.*

4H : *Skype !*

5H : *Messenger.*

4H : *Facebook.*

9H : *Instagram.*

3M : *Oui, c'est bon, on peut dire tous les réseaux sociaux. / Sí, está bien, podemos decir todas las redes sociales. <Se ríe>*

4H : *Twitter.*

Si bien no existe una gestión de la comunicación en el *Collège Robert Denos*, ni departamento o persona a cargo, en general se comunica utilizando canales formales como documentos institucionales, reuniones y espacios educativos como el aula, corcheras y zonas de información por los pasillos, próximos a las aulas, y canales informales como intercambios interpersonales (cara a cara o mediatizados por tecnologías digitales) y encuentros cotidianos en diferentes áreas del instituto, ya sea el área de recreación, pasillos, etc. De la misma manera, se suelen promover los valores institucionalizados en este colegio, aun cuando no sea de forma regular ni organizada, pues no existe una estrategia común y las acciones se hacen de manera independiente, sobre todo durante las clases.

En este sentido, podemos decir que se hace un esfuerzo colectivo por transmitir los valores. Según el director del instituto, promover valores no hay diferencia entre el colectivo docente, el personal administrativo y/o de servicio y el alumnado. Por lo cual, todos deben respetar al otro y respetar los recursos y materiales escolares.

*Todos, toda la gente. No hay diferencia, que sea la mujer que hace la limpieza, que el profesor, que la secretaria (.) que sea... todos. No hay diferencia entre los adultos. Todos tenemos el derecho de tener el mismo respeto, o sea que (.) esto es muy importante. (E1, 2020)*

Por su parte, el profesor de deportes explica que cada profesor dentro de su clase, ya sea ciencias, letras u otra materia, puede trabajar valores, aunque no habla de algo sistemático. Lo interesante es que además los profesores realizan la preparación de programas educativos en grupos y/o colectivos de trabajo, lo cual representa una acción colectiva, y puesta en común entre ellos, para reforzar el mensaje que se transmite a los alumnos.

Al mismo tiempo, el profesor Cornette comparte su propia metodología para transmitir valores a sus alumnos. En su caso, trabaja intencionalmente el respeto, especificando también la importancia de incentivar el trabajo en equipo, dadas las actividades deportivas que realiza la población adolescente, tanto en la asociación deportiva como en la clase de Educación Física.

*Entonces puede ser tú solo en tu clase o preparar un programa con otros profes, sí, para que yo lo hago en mi curso, pero tú también en matemáticas, tú también en historia, eso se puede hacer...*

*¿Cómo yo hago? Pues (.), repetir de manera física, o sea el mismo ejercicio porque quiero que ellos repitan, repitan, repitan; o mi vocabulario, cada vez que los veo, por ejemplo, solo +saludar+, sí, pues ellos algunos días no te van a saludar porque no quieren, no están de... Entonces bueno, “oiga, para, buenos días”, “ah sí, Señor, buenos días”. Entonces, como un martillo y una puntilla, sí, darle, darle y darle hasta que entre. Eh, <pensando>, cambiar los grupos de funcionamiento, o sea en mi clase hay unos días digo: “bueno, se pueden meter con cualquier persona, entonces los amigos, sí, grupillos de amigos”, y otro día: “bueno ya, hoy no, hoy tú, tú y tú”, porque sé que no hablan, que él está mejor entonces él te va a ayudar, sí. Entonces, cambiar los grupos, eh y también pues los ejercicios, para lograr el ejercicio pues se necesita, por ejemplo, autonomía, sino llegas a trabajar +solo+, no puedes lograr... o se necesita ayuda de un colega, entonces si tú quieres trabajar solo, pues ahí no se puede funcionar porque se necesita a otra persona. Entonces, por utilizar, sí, el ambiente, que sea material, humano, social, mental... (E2, 2020)*

Las acciones del profesor Cornette con sus alumnos se enfocan no solo hacia el respeto entre alumnos y profesor-alumno, sino que también buscan e implican la construcción de la amistad y el desarrollo del trabajo en equipo durante la clase, valores que igualmente encontramos en el discurso de los adolescentes. Su perseverancia, determinación e intencionalidad en clases favorecen la promoción de valores, pero la actitud de este profesor no es algo que podamos generalizar en el resto de las clases, incluso en aquellas relacionadas con el deporte.

A pesar de los esfuerzos de este profesor, y posiblemente de otros, para promover valores dentro del instituto y de la asociación deportiva, se ha observado la necesidad de seguir transmitiendo valores a la población adolescente y fomentar espacios que lo faciliten. Esto es constatado no solo por sus actitudes y comportamientos, sino también por las opiniones de los entrevistados y la observación realizada, sin obviar que forman parte de una comunidad vulnerable, desde un punto de vista económico y social.

Durante la observación llevada a cabo (ver Anexo 3), se ha podido notar la utilización de metodologías basadas en el método oral y práctico. Primero se explica la teoría, el profesor expone las reglas del juego, las técnicas, el ejercicio o movimiento a realizar, y se abre un espacio para las posibles dudas y preguntas de los alumnos.

Luego, se pasa a la práctica y, en ocasiones, se comienza por brindar la posibilidad de escoger los compañeros de equipo, si los equipos no están ya formados por el entrenador. Entonces, se procede a la demostración y ejecución de los ejercicios, empleando la repetición para memorizar y tener conciencia de los movimientos y técnicas aplicadas. Además, se destacan los aciertos y la buena ejecución de técnicas, a la vez que se corrigen las faltas y/o errores durante el juego.

La siguiente tabla resume los entrenamientos observados dentro de la *Association Sportive*, donde se toman ejemplos de algunas actividades desempeñadas por la población adolescente. El enfoque se hace sobre los elementos relacionados con los valores, ya sea desde la mirada del observador o desde la respuesta de los observados.

**Tabla 23.** Resumen de la observación realizada

Actividad orientada	Observación	Respuesta
Ponerse el equipamiento de la escalada	El profesor principal da orientaciones precisas para ponerse el equipamiento de la escalada, y no se puede comenzar a escalar sin la supervisión de uno de los profesores. Estas indicaciones no son cumplidas por la mayoría de los adolescentes, pues no prestan atención, conversan mucho e intentan comenzar a escalar sin la validación del profesor. Ante el llamado de atención del profesor por esas indisciplinas, no se quedan callados, responden de forma grosera como si tuviesen la razón y faltando el respeto. El profesor toma medidas de forma individual.	No prestan atención a las orientaciones del profesor. Se distraen hablando y jugando. Algunos se dirigen al muro de escalada sin ser supervisados por un profesor, no respetan la regla. Cuando son requeridos por sus indisciplinas, responden de forma grosera como si tuviesen la razón.
Jugar un partido de baloncesto	El profesor selecciona dos de los cuatro equipos para jugar un partido en la cancha principal, a saber, que hay varios terrenos de baloncesto. Algunos dentro de los equipos son individualistas, juegan para anotar ellos, aun cuando su posición requiere el pase del balón. Además, cuando el árbitro da puntos a un equipo, el otro equipo protesta y discuten porque no están de acuerdo con la decisión.	Algunos prefieren no pasar el balón para poder encestar, no hay trabajo en equipo. Entonces, cuando fallan se molestan contra ellos mismos y reaccionan de forma violenta y el profesor debe llamarlos en privado. También reaccionan de manera agresiva y faltan el respeto al árbitro cuando no están de acuerdo con su decisión porque favorece al equipo contrario.
Organizar y recoger el terreno de bádminton	Al finalizar el entrenamiento, el profesor indica que deben organizar y recoger el terreno, poniendo en su lugar los implementos deportivos utilizados. Pocos reaccionan rápidamente, al resto el profesor debe insistirles porque no quieren hacerlo ni ayudar a sus compañeros. Responden dando argumentos para no tener que ayudar, el profesor, con un tono serio, les dice que deben hacerlo y terminan recogiendo junto a los demás.	Ante la indicación del profesor, si algunos se muestran dispuestos, la mayoría empieza a protestar. Le dan excusas al profesor para no recoger, no quieren ayudar a sus compañeros. Finalmente, ante el regaño del profesor, terminan ayudando.

**Fuente:** Elaboración propia.

En este análisis se han seleccionado diferentes momentos de un entrenamiento para poder tener una mirada más amplia de las actitudes y comportamientos de la población adolescente, que no sean solo condicionados por un momento específico del entrenamiento. Grosso modo, notamos las dificultades de la población adolescente ante valores como el respeto, el trabajo en equipo y la disciplina.

Como se ha podido comprobar, en el *Collège Robert Denos* no existe una gestión de la comunicación que pueda facilitar la promoción de valores. Los valores se encuentran definidos en el Reglamento Interno Oficial que es aprobado cada año, lo cual ha motivado la realización de acciones para transmitir valores a adolescentes, sobre todo por parte del personal educativo, ya sea de forma independiente o, como en ciertos casos, por grupos de trabajo.

Estas acciones son ejecutadas fundamentalmente haciendo uso de la comunicación oral, lo cual vistos los resultados no tiene un gran impacto en la población adolescente, al no ser muy acorde con las particularidades de una generación que se identifica principalmente con las tecnologías digitales. De ahí que, como apuntan nuestras fuentes y también se apuesta desde las políticas y programas de instituciones nacionales e internacionales, cuyas acciones incluyen la comunicación (ver Capítulo 2), es necesario continuar fomentando la práctica deportiva y transmitiendo valores a la población adolescente. Por tanto, se propone el diseño de una campaña de comunicación que promueva valores, de adolescente a adolescente, a través del deporte, que también es un estilo de vida saludable a fomentar desde edades tempranas.



## Capítulo 5. Diseño de la Propuesta Comunicativa

La propuesta comunicativa que se expone en este capítulo es una campaña cuyo objetivo principal es promover valores de adolescentes a adolescentes, a través del deporte como hábito saludable. Para diseñar la campaña, se ha constituido un equipo creativo integrado por adolescentes, tanto chicos como chicas, que forman parte de la *Association Sportive del Collège Robert Desnos*.

La investigadora entra en contacto con los adolescentes que participan en los talleres-encuentros a través de los profesores de deporte. Precisamente, la selección de alumnos se hace aleatoriamente por estos profesores, teniendo en cuenta dos variables señaladas por la investigadora (edad y género) y la disponibilidad de los alumnos en ese momento del entrenamiento. De la misma manera se procede para la selección de los miembros del equipo creativo, si bien algunos simpatizan con el proyecto y otros no.

En la primera fase de esta etapa de conceptualización y planificación de la campaña de comunicación, el equipo creativo está compuesto por el grupo de adolescentes que aparece en la Tabla 24, formando el grupo 4. Como bien se observa, son adolescentes de 11 y 13 años, de distintos niveles escolares e inscritos en diferentes deportes dentro de la AS; por tanto, se logra una cierta heterogeneidad.

**Tabla 24.** Datos de los participantes en el taller. Primera parte.

Nº.	Nombre	Edad	Curso Escolar	Deportes que practica en la AS
1M	Jannah	13 años	4ème	Escalada Baloncesto
2M	Louna	13 años	4ème	Escalada
3H	Wassim	13 años	4ème	Bádminton Escalada Baloncesto CrossFit
4H	Melvin	11 años	6ème	Escalada
5H	Aldurrah-man	13 años	4ème	Escalada
6M	Amel	11 años	6ème	Escalada
7M	Maissa	11 años	6ème	Escalada
8M	Farah	11 años	6ème	Escalada

**Fuente:** Anexo 6.1. Taller con el Grupo 4 (chicos y chicas). Primera parte. Tabla 2.

A partir de la segunda fase de dicha etapa, no se logra la misma heterogeneidad. Si bien la mitad de los adolescentes mencionados continúan siendo miembros del equipo creativo, la otra mitad no puede por diversos factores. Principalmente, las restricciones sanitarias durante la COVID-19 hacen que los talleres-encuentros sean pospuestos a fechas y horarios en que no todos están disponibles, calendario escolar y, a veces incluso extraescolar, con muchas actividades.

Asimismo, la presentación y la explicación detalladas del proyecto, que se realizaron al comienzo del taller de esta etapa, también valió para que dos chicos finalmente decidieran no continuar participando en los talleres. Uno dijo claramente que no se sentía motivado por la actividad, mientras que el otro argumentó que prefería hacer deporte, puesto que tomaría tiempo y estaban en medio de un entrenamiento de la AS.

De ahí la decisión estratégica de la investigadora de buscar otros espacios fuera de la AS para llevar a cabo los futuros encuentros, tomando en consideración la disponibilidad y la flexibilidad en el calendario académico de los participantes.

Como aspecto positivo, a esa segunda fase se unen otros tres adolescentes que tienen la misma disponibilidad que el resto, a los cuales se introduce en el tema y en la dinámica grupal, aspecto facilitado por el hecho de que se conocen. De ahí la posibilidad de reunirse con ellos a pesar de las modificaciones y cambios de última hora en los talleres. Finalmente, el equipo de adolescentes creativos queda compuesto por los participantes presentados en la siguiente tabla:

**Tabla 25.** Datos de los participantes en el taller. Segunda parte.

Nº.	Nombre	Edad	Curso Escolar	Deportes que practica en la AS
1H	Melvin	11 años	6ème	Escalada
2M	Amel	11 años	6ème	Escalada
3M	Maissa	11 años	6ème	Escalada
4M	Farah	11 años	6ème	Escalada
5M	Siam	11 años	6ème	Escalada
6M	Assa	11 años	6ème	Escalada
7H	Daniel	11 años	6ème	Escalada

**Fuente:** Anexo 6.1. Taller con el Grupo 4 (chicos y chicas). Segunda parte. Tabla 2.

Durante la segunda y la tercera etapa de la campaña (conceptualización, planificación, y producción), en los talleres-encuentros se trabaja sólo con el equipo creativo (grupo 4), compuesto en su mayoría por adolescentes que simpatizaron con el proyecto.

El equipo creativo se reunió en varias ocasiones, aunque de manera irregular y aleatoria, debido, precisamente, a las restricciones sanitarias vigentes. Al principio resulta complejo coordinar el trabajo en equipo, sobre todo porque todos hablan a la vez y algunos quieren terminar rápido para ir a entrenar. Esto cambia completamente cuando se hacen los encuentros fuera del horario de la AS.

Una vez que se explica el proyecto comunicativo y el rol protagonista de la población adolescente dentro del mismo, la investigadora pretende conocer las opiniones del equipo creativo al respecto. Resumimos las preguntas de la investigadora (I) y las respuestas de estos adolescentes:

\*\*\*

I : Que pensez-vous de ce projet ? / ¿Qué os parece este proyecto?

4H : *Je pense que c'est des belles euh (.) <7M pregunta otra cosa sin relevancia al mismo tiempo>, pour expliquer que le futur c'est euh (.) on prend soin du futur. / Creo que es bonito eh (.), para explicar que el futuro es eh (.) nos ocupamos del futuro.*

2M : *Ça dépend du message qu'on fait passer, mais si c'est des bonnes valeurs, c'est une bonne méthode de faire passer un message parce que, en général, on n'écoute pas trop ce qu'on nous dit et ça fait se remarquer. / Depende del mensaje que transmitas, pero si son buenos valores, es una buena forma de transmitir un mensaje porque, en general, no escuchamos bien lo que nos dicen y eso hace que nos destaquemos.*

I : Que pensez-vous de l'idée de participer à un projet comme celui-ci, d'être les producteurs d'une campagne de communication ? / ¿Qué os parece la idea de participar en un proyecto como este y de ser los productores de una campaña de comunicación?

4H : *Je pense que c'est bien pour le... euh (.) pour la terre, pour la pollution... Moi, je pensais bien faire une publicité à faire attention euh (.), une campagne de communication de faire attention à la terre. Ne plus polluer la terre. / Creo que es bueno para la... eh (.) para la tierra, para la contaminación... Pensé en hacer un anuncio para tener cuidado eh (.), una campaña de comunicación para cuidar la tierra. No contaminar más la tierra.*

5H : *Moi, à l'idée de participer à ce projet, je pense que de (.) qu'on participe à ce projet on devient un homme d'affaires il faut réussir dans la vie, donc je veux faire ++la meilleure campagne publicitaire++ pour les adolescents. / En mi caso, la idea de participar en este proyecto, creo que a partir de (.) que participes en este proyecto te conviertes en un hombre de negocios que tienes que triunfar en la vida, por eso quiero hacer ++la mejor campaña publicitaria++ para adolescentes.*

7M : *Donc, moi, je dirais que pour cette publi (sic) (.), cette publicité euh on pourrait dire d'arrêter de se comparer, contre le racisme, et tout, pour arrêter euh (.) voilà. / Entonces, yo diría que para esta publicidad (sic) (.), esta publicidad eh podríamos decir para dejar de compararnos, contra el racismo, y todo, para parar eh (.) eso es.*

En general, el grupo creativo entiende el objetivo de la campaña de comunicación, con ideas más o menos precisas desde su visión del problema. Es por ello que también se les cuestiona sobre los valores que observan en la AS, los valores que en su opinión debe tener la población adolescente y la manera (o acciones comunicativas) en que pueden transmitir valores a sus coetáneos. Este intercambio es acompañado de la presentación y análisis de los resultados de los talleres-encuentros de la primera etapa. Tras esta primera parte, a modo de introducción, se pasa al diseño de la campaña comunicativa.

La campaña comunicativa se lleva a cabo a partir de un Guion Creativo (ver Anexo 8), elaborado por la investigadora, que se basa en los elementos teóricos y conceptuales que los creativos debían tener en consideración. En consecuencia, el diseño de la campaña se divide en dos etapas: planificación y producción. A continuación, detallamos las propuestas y decisiones finales del equipo creativo por etapa.

### **5.1. Planificación de la Campaña de Comunicación**

La planificación de la campaña de comunicación por el equipo creativo, como primera etapa del diseño, ha sido la más complicada. Es durante esta etapa cuando se produce el primer acercamiento de estos chicos y chicas al campo de la comunicación y, por ende, a sus contenidos. Esto explica que se haya requerido la realización de cuatro encuentros, con una duración aproximada de una hora cada uno, para completar esta etapa.

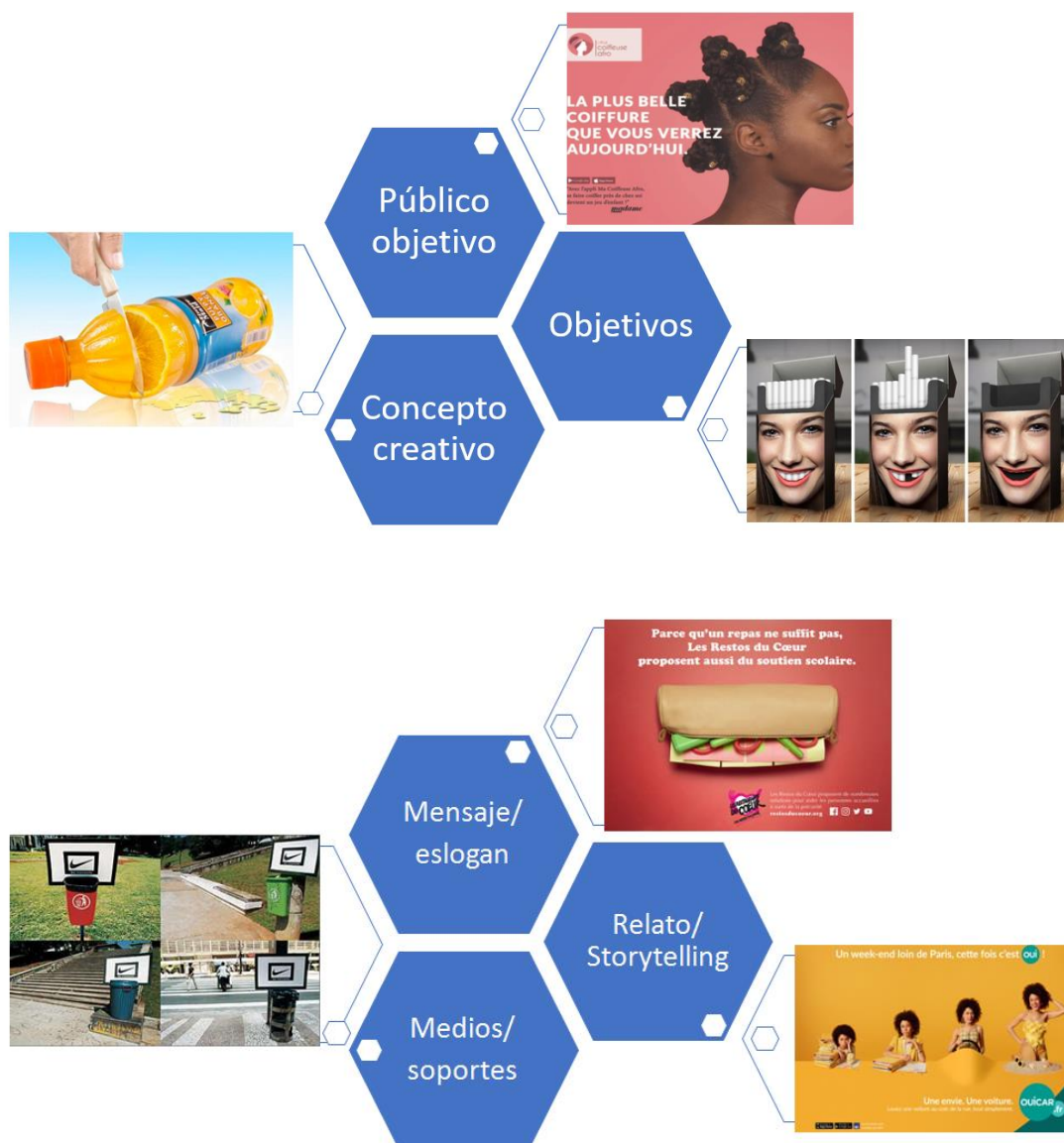
**Tabla 26.** Datos de la realización del taller

<b>Fecha</b>	<b>Lugar</b>	<b>Hora</b>
13 de enero de 2021	Gymnase du Collège Robert Desnos	13h00
19 de enero de 2021	Salle 14 du Collège Robert Desnos	16h00
26 de enero de 2021	Salle 14 du Collège Robert Desnos	16h00
15 de junio de 2021	Gymnase du Collège Robert Desnos	16h00

**Fuente:** Tomado de Anexo 6.2. Taller con el Grupo 4 (chicos y chicas). Segunda parte. Tabla 1.

Cada uno de los elementos de la planificación de la campaña fue explicado por la investigadora a los miembros del equipo creativo y abordado de manera práctica a través de ejemplos concretos de campañas publicitarias, como se muestra en la siguiente figura:

**Figura 5. Ejemplos de campañas publicitarias**



**Fuente:** Elaboración propia.

Como recursos se emplean diapositivas (formato power point) con una breve descripción y ejemplificación de cada elemento de la campaña. Los ejemplos de campañas utilizados, unos más conocidos que otros, están relacionados con temas que suelen ser de interés para la población adolescente: moda, consumo/ vicios, alimentación, deporte, estudios, vacaciones, entre otros. Posteriormente, el grupo de adolescentes es guiado en el análisis

de dichos ejemplos, desde una posición crítica y constructiva. Para ello, se hace un ejercicio práctico sobre los ejemplos mostrados a partir de las siguientes preguntas<sup>21</sup>:

- a) ¿Cuál es el público objetivo? / Quel est le public cible ?
- b) ¿Cuáles son los objetivos? / Quels sont les objectifs ?
- c) ¿Cuál es el concepto creativo? / Quel est le concept créatif ?
- d) ¿Qué mensaje/eslogan se brinda? / Quel est le message/slogan ?
- e) ¿Qué historia se cuenta? / Quelle est l'histoire racontée ?
- f) ¿Qué medios de comunicación se emplean? / Quels sont les médias utilisés ?

Esta dinámica permitió formar al equipo creativo y aclarar sus dudas en cuanto a los principales elementos de una campaña de comunicación. Finalmente, los adolescentes ponen en común sus ideas para diseñar su propia campaña comunicativa.

### 5.1.1. Público objetivo

El equipo creativo señala como público objetivo a la población adolescente entre 11 y 15 años. Aunque en un primer momento también consideraron los adolescentes de 16 años, terminaron por excluirlos debido a que, por lo general, a dicha edad ya han abandonado el instituto. De ahí que dirigen esencialmente la campaña a los estudiantes del *Collège Robert Desnos*, ubicado en Orly, *Île-de-France*.

En lo que concierne a la segmentación por género, hacen referencia tanto a chicas como a chicos. Aun cuando reconocen que una mayoría femenina no practica deportes, alegan que cada vez más también hay chicos que no hacen o abandonan el deporte y la actividad física. En este sentido, reconocen la importancia de dirigir la campaña de valores tanto a la población adolescente que practica deportes como a aquella que no lo practica.

Resumiendo, los creativos definen como *público objetivo*: adolescentes -chicos y chicas- del *Collège Robert Desnos*, ubicado en Orly, *Île-de-France*, que practican o no actividades físicas y deportivas, y que generalmente tienen entre 11 y 15 años de edad,

---

<sup>21</sup> Traducción propia.

que se encuentran cursando los niveles escolares 6ème, 5ème, 4ème o 3ème de la Enseñanza Secundaria (\*l'enseignement secondaire).

### **5.1.2. Objetivos de la Campaña**

El objetivo principal de nuestra investigación es promover valores a través de la práctica deportiva de adolescentes a adolescentes. Partiendo de este principio, el equipo creativo brinda las siguientes sugerencias<sup>22</sup>:

- Pousser les gens à aimer le sport. / Lograr que a la gente le guste el deporte.
- Leur apprendre le sport. / Enseñarles el deporte.
- Leur montrer comment on s'amuse dans le sport et qu'on respecte l'autre. / Mostrarles cómo nos divertimos en el deporte y que respetamos al otro.
- Leur apprendre le travail en équipe. / Enseñarles a trabajar en equipo.
- Les intégrer pour se faire des amis dans le sport. / Integrarlos para hacer amigos en el deporte.

Con esta propuesta de objetivos, se puede observar la importancia que tiene para la población adolescente involucrarse en actividades donde se puedan divertir y hacer amigos, lo cual forma parte de la estrategia para llegar a sus coetáneos. En este caso, resaltan los valores de la amistad, el respeto y el trabajo en equipo dentro de la práctica deportiva. Finalmente, el equipo creativo realiza un análisis para definir los objetivos, teniendo en cuenta las particularidades del segmento de público seleccionado. De ahí que establecen como objetivos fundamentales:

- Incentivar la amistad dentro del deporte.
- Promover el trabajo en equipo.
- Mostrar el respeto al otro.

---

<sup>22</sup> Traducción propia.



### 5.1.3. Concepto Creativo

Definir el concepto creativo es una tarea compleja, incluso para los especialistas y profesionales de la comunicación. No obstante, el grupo de adolescentes logra identificar los conceptos creativos de los ejemplos de campañas publicitarias mostrados por la investigadora. Posteriormente, se proyectan sobre su propia campaña, partiendo de las siguientes ideas<sup>23</sup>:

- le respect / el respeto
- accessible (tout le monde peut le faire) / accesible (todo el mundo lo puede hacer)
- le travail d'équipe / el trabajo de equipo
- l'amitié / la amistad

Se selecciona como concepto creativo *la amistad*, lo cual contempla de cierta manera el resto de las propuestas mencionadas. Como bases del concepto creativo proponen *el respeto al otro (aunque sea diferente)* y *el trabajo en equipo (todos juntos)*. Estos valores pueden suscitar en la población adolescente una manera diferente de ver al otro y de relacionarse con los demás, logrando así definir el *insight* de la campaña.

### 5.1.4. Eslogan/Lema

La creación del mensaje, también conocido como eslogan o lema de la campaña, ha permitido el desarrollo de una buena dinámica de grupo, consolidando el funcionamiento del equipo en su rol de creativos. Cada uno de los integrantes aporta sus ideas, respetando los criterios del resto del equipo. Sus propuestas son las siguientes<sup>24</sup>:

- Le sport. / El deporte.
- Peu importe qui tu es, tu peux avoir tout ce que tu veux. / No importa quién seas, puedes tener todo lo que quieras.
- Peu importe quel sport. / No importa el deporte.
- Ne pas rester sur le canapé, rester actif ! / No te quedes en el sofá, mantente activo!

---

<sup>23</sup> Traducción propia.

<sup>24</sup> Traducción propia.

- Actif, actif, actif ! / Activo, activo, activo!
- N'importe qui peut participer. / Cualquiera puede participar.
- Pour tous... / Para todos...
- Même si tu viens de loin... / Aunque vengas de lejos...

Durante el intercambio fusionan las propuestas de unos y otros hasta obtener el mensaje deseado. Una primera sugerencia fue «Si tu n'arrive pas, on peut t'aider». Sin embargo, en la búsqueda de una versión más completa, que incluya el valor de la amistad, basado en el respeto al otro (a lo diferente) y en el trabajo en equipo, deciden como eslogan<sup>25</sup>:

- « *Peu importe qui tu es, on sera là pour toi !* »
- “*¡No importa quién eres, nosotros estaremos ahí para ti!*”

Con este mensaje los miembros del equipo creativo pretenden demostrar que la amistad tiene como principios el respeto y la aceptación del otro, sin importar su aspecto físico, sus ideas y/o creencias religiosas, o bien sus orígenes y/o procedencia. Además, resaltan la importancia que tiene para ellos trabajar juntos, en equipo, y pertenecer a un grupo donde se ayuden y sean solidarios unos con otros, en el cual nadie se sienta solo.

Para el grupo de adolescentes creativos es necesario hacer ver a sus coetáneos que en el deporte pueden hacer amigos y formar parte de un equipo, donde todos son respetados y considerados iguales, y unen fuerzas para alcanzar las metas trabajando en equipo.

El valor más importante para la población adolescente, según sus propios iguales, es la amistad, la cual en término de relaciones humanas también apunta hacia la convivencia y la socialización que, precisamente, se pretende que sean replanteadas por estos adolescentes pertenecientes a una comunidad vulnerable. La amistad como valor no se reconoce en los documentos institucionales ni ha sido abordada en el discurso de las fuentes entrevistadas. No se explicita, pero quizá no denote tanto una brecha entre el planteamiento teórico de los educadores y el práctico-real de los educandos, como algo que se da por sobreentendido, por evidente. Es pues, realmente significativo que los

---

<sup>25</sup> Traducción propia.

propios adolescentes ensalcen este valor intrínseco a su edad, como eje desde el que abordar los otros.

Si bien a la amistad se asocian otros dos valores relevantes, el respeto y el trabajo en equipo, mencionados tanto por educadores como por educandos, no necesariamente significa que sean plasmados de manera eficaz por ambas partes. De hecho, se ha corroborado la pertinencia de promover estos valores de respeto y trabajo en equipo desde otros espacios (tecnologías digitales) y desde otros actores (adolescentes).

### **5.1.5. Storytelling/Relato**

El relato o storytelling, término adoptado del inglés, es la narración de una breve historia que pretende persuadir al público objetivo sobre el mensaje seleccionado. Para ello, se tiene en cuenta el concepto creativo, en este caso *la amistad* contada desde *el respeto al otro* y *el trabajo en equipo*.

El grupo de adolescentes debate sobre las diversas historias que podrían contarse con el apoyo del formato audiovisual. Finalmente, se deciden por una historia adaptada a tres deportes diferentes: la escalada, el fútbol y el baloncesto. Es interesante la selección de una actividad deportiva como la escalada, que en apariencia es una modalidad individual, pero la población adolescente resalta la relevancia del trabajo en equipo. La historia comienza así:

*Un chico (o una chica) adolescente se encuentra solo en algún rincón del colegio o juega solo porque no tiene amigos. Puede ser un nuevo estudiante o alguien tímido, con dificultades para hacer amigos. Esta situación llama la atención de otros adolescentes que le invitan a jugar con ellos y nace una amistad. Según la actividad deportiva, se puede ayudar al adolescente en la práctica del deporte o simplemente invitarle a formar parte de un equipo. Por último, después jugar y divertirse juntos, ponen mano sobre mano como señal de victoria del equipo y se unen todos para celebrar, tanto ganadores como perdedores, mostrando la verdadera amistad.*

Para el formato impreso, se toma la imagen expuesta en el cierre de los relatos, donde chicas y chicos unen sus manos para celebrar la victoria (ver Anexo 11). Es importante señalar la importancia de la unidad entre ganadores y perdedores, se muestra que la victoria es de todos. Algo que incide en lo que comentábamos anteriormente, la

trascendencia de aprender a saber ganar y saber perder, tanto en el ámbito deportivo como en múltiples esferas de la vida.

### **5.1.6. Soportes**

Los principales soportes de la campaña de comunicación son el audiovisual y el cartel, los cuales han sido producidos por el equipo creativo de adolescentes y, en el caso del cartel, se ha producido directamente desde la aplicación *Instagram*.

Si bien ha sido posible la realización en soporte audiovisual de las tres propuestas planteadas por el equipo creativo, las condiciones sanitarias de estos dos últimos cursos escolares han retrasado y limitado la producción de los carteles. Esto último responde, fundamentalmente, a las dificultades atravesadas para desarrollar los talleres-encuentros: cierre temporal de los centros educativos, cese de las actividades deportivas extraescolares, cambios y/o suspensión de los talleres de último momento en varias ocasiones y poco tiempo disponible para realizar trabajo grupal por modificaciones en el horario docente.

Como consecuencia, solo se ha logrado la creación de una propuesta de cartel, aunque con algunas variantes (ver Anexo 12). Para el equipo creativo, la propuesta desarrollada resume la idea central de la campaña. Las diferentes manos simbolizan *el respeto* al otro, a lo diferente, y el hecho de que estén unidas (una encima de la otra) representa *la amistad* y *el trabajo en equipo*, valores clave de la campaña.

### **5.1.7. Planificando la difusión de la campaña**

La difusión suele ser la tercera etapa de un diseño de campaña de comunicación, pero en nuestro estudio se incluye dentro de la planificación porque no se ha implementado aún la campaña realizada. Ante todo, se explica a los miembros del equipo creativo en qué consiste la difusión de una campaña (*diffusion* en francés) y se presentan posibles vías de difusión a partir de algunos ejemplos de campañas comunicativas.

La selección de los medios de comunicación se realiza a través de la técnica *Tormenta de Ideas*, especificando la estrategia de medios a seguir para difundir la campaña. Es necesario llevar a cabo la difusión de la campaña teniendo en consideración el segmento de público escogido y los medios que son eficaces para el mismo.

Durante esta fase el grupo de adolescentes contempla las diferentes opciones de acuerdo a las posibilidades reales que se encuentran a su alcance para transmitir el mensaje a su público objetivo. Todos plantean la importancia de emplear los medios digitales, específicamente las redes sociales.

A partir de las nuevas tendencias, debaten sobre el uso de plataformas digitales como *Instagram*, *YouTube*, *TikTok* y *Snapchat*. Finalmente, se decide *Instagram* como principal canal de difusión debido a que sus funcionalidades permiten compartir imágenes y videos, así como, a diferencia del resto, el contenido de la campaña se corresponde mejor con la dinámica social y los contenidos publicados en *Insta*, como suelen llamarle.

El equipo creativo propone que la campaña sea divulgada a través de la *Association Sportive* del *Collège Robert Desnos*, específicamente desde una cuenta profesional en *Instagram*. De esta manera sus miembros, todos los adolescentes inscritos en este programa de deporte escolar, pueden compartir la campaña en sus perfiles personales. Esta misma estrategia puede seguirse a través de la nueva cuenta del instituto en dicha red social, ampliando su alcance a aquellos alumnos que no están inscritos.

Sin embargo, los principales responsables de la difusión de la campaña comunicativa serán sus propios creadores. Por ende, los integrantes del equipo creativo serían los primeros en dar el ejemplo compartiendo los contenidos en sus perfiles personales, lo cual es clave para llegar a sus pares.

La campaña se extenderá a otras redes sociales digitales. Esencialmente, se utilizarán los perfiles personales en *YouTube*, *TikTok* y *Snapchat*, posibilitando la inserción en otras redes sociales empleadas por la población adolescente.

En cuanto a la difusión de la campaña en soporte impreso, los creativos también incluyen la impresión de carteles. La distribución de los carteles se ejecutará en los principales lugares de la ciudad. El grupo de adolescentes escoge lugares como el centro comercial, el centro cultural, los parques, los gimnasios y, fundamentalmente, su propio centro escolar. Dentro del *Collège Robert Desnos* se colocarían los impresos en los pasillos, en el patio, en las corcheras, murales y puntos informativos, así como en el *Centre de documentation et d'information*.

La variedad de medios y soportes de comunicación que se ha planificado en esta campaña amplía las posibilidades de alcanzar mayor impacto y visibilidad entre la población adolescente.

Paralelamente hay que planificar la gestión de la implementación de la campaña, por lo que también el equipo creativo debe poner en práctica las siguientes acciones:

- Actualizar periódicamente los espacios designados para mostrar la campaña en el centro educativo. Para ello, se debe designar un responsable dentro del equipo creativo.
- Garantizar la visibilidad de la campaña en los espacios seleccionados, exteriores al centro escolar. Para ello, se debe designar un responsable dentro del equipo creativo.
- Escoger un miembro del equipo creativo que sea el responsable de los recursos empleados para la campaña, entiéndase videos e imágenes, tanto digitales como en formato impreso. El responsable de recursos además debe proporcionar los videos e imágenes de la campaña al resto del equipo para publicar en *Instagram*.

En cuanto al lanzamiento de la campaña, se propone como fecha septiembre del 2023, durante la Semana Europea del Deporte (*European Week of Sport*) y, de ser posible, poner en marcha las acciones de comunicación el Día del Deporte Escolar (*Journée Nationale du Sport Scolaire*), que en general coincide con el inicio de la Semana Europea del Deporte.

Si bien el equipo creativo afirma que el éxito de la campaña depende fundamentalmente del alcance que se pueda lograr a través de la red social digital *Instagram*, midiendo sus estadísticas, también es preciso efectuar una evaluación para medir el éxito de la campaña en el impacto de carteles y el boca-oreja, y a partir del cumplimiento de los objetivos trazados.

#### **5.1.8. Planificando la evaluación de la campaña**

La evaluación también es otra etapa del diseño de una campaña de comunicación. Sin embargo, en nuestro estudio esta fase solo se llega a planificar, debido a que generalmente requiere de un monitoreo sistemático una vez que se ha implementado la campaña, lo cual no ocurre en este caso.

La fase evaluativa es clave para medir el impacto de la campaña comunicativa, principalmente, en nuestro público objetivo. Por lo tanto, se explica al equipo creativo de manera detallada cómo implementar la evaluación (*évaluation* en francés) de una campaña de comunicación y algunos de los instrumentos empleados en este proceso.

Una vez despejadas las dudas, se lleva a cabo la *Tormenta de Ideas* para definir el proceso evaluativo de la campaña. Para el equipo creativo es importante conocer las opiniones de la población adolescentes. Por consiguiente, se propone la creación de diferentes grupos, constituidos por estudiantes del *Collège Robert Desnos*, con el fin de desarrollar talleres-encuentros que den espacio al debate sobre la campaña comunicativa realizada.

Otro indicador relevante en la evaluación podría ser el incremento, o no, del número de adolescentes que participan en el programa de la *Association Sportive*, teniendo en cuenta principalmente a aquellos que han sido persuadidos por el mensaje de la campaña.

Por último, pero no menos importante, a largo plazo se deberá hacer un diagnóstico del comportamiento de la población adolescente en el ámbito escolar, tanto dentro como fuera de los espacios de actuación de la *Association Sportive*. De esta manera, se podrá medir el grado de asimilación de los valores expuestos en la campaña (la amistad, el respeto y el trabajo en equipo) que muestran los adolescentes.

A continuación, se exponen algunas acciones necesarias durante el proceso evaluativo de nuestra campaña que el equipo de esta tiene que tener en consideración.

- Realizar una prueba piloto antes de lanzar la campaña. Trabajar con cuatro grupos, uno por nivel escolar, donde se presente la campaña y se facilite el intercambio de opiniones sobre la misma.
- Analizar las diferentes acciones realizadas con la campaña en *Instagram*: las publicaciones, las veces que se comparte, los comentarios y los “me gusta”. Esto se hará tres meses después de la implementación de la campaña.
- Desarrollar grupos focales y aplicar encuestas a adolescentes para conocer el impacto que ha tenido, o no, la campaña dentro de dicho grupo etario.
- Observar el comportamiento de la población adolescente dentro del centro escolar y en espacios exteriores donde suelen reunirse, con la finalidad de observar la manifestación, o no, de los valores promovidos en la campaña.

- Organizar grupos de discusión con el personal docente, administrativo y de servicio del centro escolar para conocer sus criterios sobre el comportamiento de la población adolescente, específicamente los principales valores que proyectan. Se llevará a cabo seis meses después de la implementación de la campaña.

Como todo proceso de evaluación, se necesita tiempo y recursos, ya sean humanos, materiales y/o económicos. Si bien nuestra investigación puede tener limitaciones en este sentido, se implementarán todas las acciones asequibles para el equipo creativo, considerando la posibilidad de colaboración por parte de los profesores y coordinadores de la *Association Sportive*, que a su vez incluye a la dirección del *Collège Robert Desnos*.

## **5.2. Producción de la Campaña de Comunicación**

La situación sanitaria internacional originada por la COVID-19 ha incidido de manera negativa en nuestra investigación, afectando notablemente la segunda etapa, producción de la campaña. Las fases de realización y edición de la campaña han sido suspendidas y reprogramadas en varias ocasiones. Como consecuencia, se han reducido los encuentros y el tiempo de trabajo e intercambio con el equipo creativo ha sido limitado.

A pesar de las condiciones sanitarias existentes, que han causado los encuentros irregulares del equipo creativo, se logra el protagonismo y la participación de la población adolescente. Durante la realización de la campaña, tanto chicos como chicas se muestran interesados y se involucran aportando ideas desde distintos roles, con los cuales disfrutan y se divierten.

Por un lado, los miembros del equipo creativo asumen y rotan por los roles de director, productor, guionista, asesor de imagen y sonido, así como de camarógrafo. Mientras que, por otro lado, también se convierten en los actores principales de la puesta en escena de la campaña, mostrándose como un ejemplo de adolescentes, en cuyas particularidades y características sus coetáneos se pueden ver reflejados.

Es interesante que, desempeñando dichos roles, demuestran su creatividad y su capacidad de reflexión, siendo igualmente interesante la dinámica de grupo que se crea entre ellos. Por lo general, en este espacio se escuchan unos a otros, comparten ideas similares en cuanto a la producción de la campaña, se motivan entre ellos para ponerse en escena y realizar las representaciones del relato/storytelling creado, se preparan y se ponen de



acuerdo sobre el papel que juega cada uno y, de igual manera, se ayudan ante las dificultades e inconvenientes (ejemplo: uno explica a otro las técnicas a utilizar para lograr una mejor imagen, desde un mejor ángulo, con el teléfono móvil) y en la organización y disposición de los distintos escenarios. El proceso incide positivamente en el ambiente de amistad, de trabajo en equipo y de respeto, superando obstáculos y conflictos que surgen siempre, como es normal.

No obstante, también se propician momentos de intercambio donde estos adolescentes manifiestan sus desacuerdos, cuestionando las ideas de unos y otros, que bien se asemejan. La discrepancia se crea, esencialmente, por una cuestión de género y de relaciones: chicas amigas contra chicos amigos. En este caso, los chicos al ser minoría parecen estar condicionados por las chicas, pero finalmente con la intervención de la investigadora se logra una participación más equitativa.

La dinámica desarrollada en los distintos talleres-encuentros no solo ha llevado al diseño de una campaña de valores, sino que ha requerido de un trabajo en grupo donde se pongan en práctica valores. Podemos afirmar que los miembros del equipo creativo han trabajado las relaciones, creando y consolidando *la amistad*; *el respeto* al otro y a lo diferente, aprendiendo a escuchar; y *el trabajo en equipo* con el desarrollo de un proyecto común.

A pesar de los resultados alcanzados por el grupo de adolescentes creativos, se comprueba que la apropiación y la manifestación de valores es un área que se debe mejorar. Además, como mencionamos anteriormente, es necesario seguir trabajando con la población adolescente al respecto, principalmente en este caso de estudio que comprende adolescentes provenientes de una comunidad vulnerable.

Si bien se ha conseguido la participación de la población adolescente, que comparte sus opiniones y toma las decisiones definitivas en ambas etapas del diseño de la campaña, debemos señalar que el proceso de edición (una parte de la producción) es desarrollado tanto por los creativos como por la investigadora. Los adolescentes llevan a cabo la edición y el montaje de las fotos, mientras que la investigadora realiza los vídeos.

La decisión se ha tomado, en primer lugar, como consecuencia de las medidas sanitarias establecidas en el colegio y que han limitado los encuentros con adolescentes, sobre todo durante la producción de la campaña. En segundo lugar, el colegio no tiene a su

disposición los dispositivos y los soportes tecnológicos que se requieren para efectuar la edición.

En consecuencia, el equipo creativo no es el editor directo de las imágenes, pero interviene como director de montaje, precisando los elementos y los criterios a tener en cuenta durante la edición. Por ejemplo, los colores elegidos para el mensaje son el azul y el blanco (curiosa coincidencia con dos de los colores de la bandera francesa) y la música seleccionada es estadounidense porque, según el equipo creativo, la música en inglés es mejor y “*plus cool*”<sup>26</sup> ante los ojos de sus contemporáneos.

En este sentido, la investigadora ha seguido cautelosamente las indicaciones dadas por los creativos. Una vez terminada la edición de los videos, se muestra una primera versión al grupo de creativos y estos son algunos de sus comentarios:

\*\*\*

Melvin : *Ah ouais, Madame. C'est très bien fait. Comment vous l'avez fait ?*  
/ Ah sí, señora. Está muy bien. ¿Cómo lo hizo? (Chico interesado especialmente en las nuevas tecnologías, especialmente todo relacionado con el audiovisual.)

Siam : *C'est bien.* / Está bien.

Assa : *J'aime bien, c'est bien comme ça.* / Me gusta. Está bien así.

Maisa : *On peut mettre plus de transitions, comme dans la vidéo de football. J'aime bien le changement de musique, c'est bien fait.* / Se pueden poner más transiciones, como en el vídeo de fútbol. Me gusta el cambio de música, está bien hecho.

Siam : *Mais on peut le laisser comme ça...* / Pero podemos dejarlo así...

Assa : *Oui, on le laisse comme ça.* / Sí, lo dejamos así.

Maisa : *D'accord, -oui c'est bien-* / Vale, -sí, está bien- (dijo poco convencida).

Los comentarios hechos por estos adolescentes han sido considerados en la edición final de los audiovisuales. Por ende, se hacen cambios en la música, al menos dos canciones

---

<sup>26</sup> Mezcla del francés (*plus*) y el inglés (*cool*). *Plus* significa más y/o mejor. *Cool* es una expresión utilizada para decir que algo o alguien es divertido, creativo, novedoso, original, que gusta y que está a la moda.

por video; se modifican las transiciones, cuyos efectos se vuelven más visibles y precisos, mejorando a su vez notablemente la secuencia de imágenes; así como se establece la misma apertura y la misma clausura en los tres audiovisuales. Esta última propuesta se vuelve la versión definitiva, una vez que ha sido aprobada por el equipo creativo.

En cuanto a la realización de los carteles, durante la toma de fotos los creativos buscan ideas que sigan la misma línea de los audiovisuales. En esta ocasión, también son los adolescentes quienes hacen la captura de las imágenes utilizando el teléfono móvil. Bajo la asesoría de la investigadora, los adolescentes aprendieron a tener en cuenta la disposición de la luz y la distancia entre el objeto fotográfico y el objetivo, lograron encontrar el ángulo más adecuado según el objetivo, así como reconocieron la importancia que tiene la posición del objetivo. De ahí que posteriormente han sido capaces de transmitir lo aprendido a sus pares, o aclarar sus dudas.

A partir de las opciones de edición de imagen que brinda *Instagram*, el equipo creativo emplea las diferentes herramientas que ofrece la aplicación para editar las fotos. De ahí que el montaje con efectos y texto ha sido tomado directamente de *Instagram*, ejecutando los mismos pasos que se siguen para hacer una publicación. Una vez más, se destaca la creatividad de la población adolescente y su implicación en proyectos con los cuales ha simpatizado y se ha comprometido, siendo notable la energía y el entusiasmo que comparten, una de las cualidades distintivas en este grupo etario.

## Conclusiones

La adolescencia es un período transitorio complejo, que se encuentra entre la infancia y la edad adulta, donde surge la necesidad de comunicar y de socializar con su entorno. Esta generación de adolescentes nativos digitales tiene como una de sus principales formas de comunicar las Tecnologías para la Relación, la Información y la Comunicación, que constituyen su cuarta esfera de socialización, después de la familia, la escuela y el grupo de iguales.

La población adolescente en Francia hace un uso frecuente de las TRIC, como también ocurre en su entorno europeo, citando España como ejemplo. Para ello, varios factores han sido determinantes e influyentes: el tipo de dispositivo móvil, las herramientas digitales, la accesibilidad a los diferentes recursos tecnológicos, así como el interés de la población adolescente por comunicar con sus iguales y/o la necesidad/deber de comunicar con otras personas de su entorno (profesores, familiares, etc.), a partir de la situación familiar y de los cambios sufridos dentro del sistema de educación.

Las redes sociales más utilizadas por la población adolescente francesa de 11 a 18 años, en 2021, son *Snapchat*, *YouTube* e *Instagram*. Entre sus principales usos tenemos las conversaciones con familiares y amigos, la visualización de vídeos y la acción de publicar y compartir fotos y vídeos. Además, se ha comprobado que una gran parte de los mensajes, a los que los adolescentes están expuestos, son transmitidos a través de las redes sociales y tienen una mayor aceptación si el emisor es un coetáneo.

La investigación realizada ha evidenciado claramente la importancia y las potencialidades comunicativas de las redes sociales como TRIC y las posibilidades de uso de estas tecnologías digitales, como muestran los datos secundarios analizados, al optar por *Instagram* los participantes, como el canal clave para poner en marcha su propuesta de comunicación.

En cuanto a los hábitos saludables en la etapa adolescente, nos referimos sobre todo a la práctica de actividades físicas y deportivas, la alimentación y las horas de sueño. En general, la población adolescente no cumple con las recomendaciones de la OMS sobre estos hábitos. Por el contrario, se ha confirmado la mala alimentación, la poca duración

de las horas de sueño y la insuficiente actividad física y deportiva, fundamentalmente asociadas al uso y consumo inapropiados de las tecnologías digitales.

Otras conductas de riesgo para la salud en la adolescencia son principalmente aquellas relacionadas con el comportamiento sedentario y las adicciones a sustancias como el tabaco, el alcohol y las drogas, cuyos datos son alarmantes para estas edades. Entonces, se corrobora que el estilo de vida del adolescente promedio no resulta todo lo saludable que debiera.

Razón por la cual entendemos la necesidad de fomentar hábitos saludables, como el deporte en este caso, entre los más jóvenes, que pueden no solo mejorar su estado de salud física y emocional, sino también influenciar y/o cambiar otros hábitos. De ahí la importancia del deporte como estilo de vida saludable y educador-transmisor de valores, esencialmente, para adolescentes vulnerables socioeconómicamente.

La propuesta comunicativa para promover valores a través de la práctica deportiva en la población adolescente se hace desde la Investigación-Acción Participativa, que junto al paradigma teórico de Comunicación para el Cambio Social y a los procesos de Educación Popular de Paulo Freire resaltan la importancia de la participación de los sujetos implicados.

Este marco conceptual apuesta por la participación y el protagonismo de la población adolescente del *Collège Robert Desnos*, ubicado en uno de los barrios vulnerables del territorio francés. Se demuestra la capacidad de empoderamiento que tiene el educando para convertirse en promotor de un cambio social que puede trascender su entorno. Si bien el diálogo es uno de los principales recursos dentro del proceso de transformación social, de igual manera se llevan a cabo una serie de acciones concretas que se definen teniendo en cuenta nuestro caso de estudio.

La existencia de barrios vulnerables, denominados ZEP, y de sus centros educativos, elegidos como REP+, en línea con el marco conceptual utilizado en esta tesis, justifica que el análisis de caso se centre en uno de ellos, el barrio de Orly y el *Collège Robert Desnos*, un instituto perteneciente a la red de centros educativos priorizados debido a las dificultades económicas y sociales del alumnado. La realidad de estos adolescentes ha sido clave para entender la necesidad de educar en valores ante los riesgos existentes en las comunidades donde habitan.

Por tales razones, en nuestro estudio se lleva a cabo el diseño de una campaña comunicativa online, en *Instagram*, para promover valores a través de la práctica deportiva, que propone el programa de deporte escolar de la *Association Sportive* del *Collège Robert Desnos*. Para ello, se ha logrado la participación de chicos y chicas, entre 11 y 14 años, inscritos en esta asociación, en un total de 9 talleres-encuentros. Es necesario señalar la importancia de la colaboración y el apoyo brindado por la dirección del instituto y los profesores, tanto de deporte como de otras materias, que facilitaron la participación de sus estudiantes en estos talleres.

Los adolescentes participantes tienen como principales actividades deportivas: el baloncesto, el fútbol y la escalada. Además, comparten que la diversión entre amigos es una de las motivaciones esenciales para la práctica de deportes, si bien reconocen que el carácter saludable del deporte y lo consideran una actividad dentro del tiempo de ocio.

Aunque los adolescentes no hacen referencia directa a la inscripción, es necesario aclarar que su costo es bajo para poder facilitar el acceso a todos los alumnos, sobre todo a las chicas cuya cuota es aún menor, teniendo en cuenta la tarifa especial existente para las chicas de 13 y 14 años, y de esa manera incentivar su inscripción a la asociación. A pesar de esto, no son muchos los que se inscriben. El hecho de ser una asociación y necesitar una cuota de inscripción se considera una de las trabas más importantes, considerando las dificultades económicas y sociales de las familias, si bien reciben un bono de deporte como ayuda del ayuntamiento.

Respecto a la evaluación de la *Association Sportive* realizada por la población adolescente, como elementos positivos se plantean la diversión entre amigos y el juego en equipo, lo que se corresponde con los valores seleccionados, así como la compatibilidad de los horarios de esta asociación con el programa académico, a diferencia de los clubes. Mientras que entre los elementos negativos se señalan aspectos relacionados con la programación y la organización del deporte, pues para ellos no se hacen suficientes partidos, no se definen los roles y niveles de los miembros del equipo en los entrenamientos, y no están de acuerdo con que sus propios compañeros sean los árbitros.

En esto se observan las dificultades de estos adolescentes a respetar la autoridad y/o al otro, ya sea un adulto o uno de sus iguales. Asimismo, reflejan otro valor a trabajar cuando hablan de individualismo dentro del deporte, sobre todo en deportes colectivos como el

baloncesto. De ahí la necesidad de acompañar al adolescente en su educación, desde donde se transmiten valores, como el respeto y el trabajo en equipo, para una mejor convivencia e integración en la sociedad.

Entre las propuestas que señala la población adolescente para mejorar el programa de deporte de la AS se encuentra la organización y estructura de las actividades deportivas en general. Se hace referencia a los horarios de entrenamiento, a la planificación del entrenamiento por categorías, así como a la coordinación de los jueces y árbitros en las competiciones. En cuanto a los recursos materiales, no hacen referencia a los materiales ni a las instalaciones deportivas, teniendo en cuenta que el colegio ha sido recientemente renovado y, al pertenecer a la categoría REP+, recibe una amplia ayuda económica para adquirir los materiales y soportes necesarios. No obstante, indican la necesidad de llevar un vestuario adecuado y adaptado, en correspondencia con el deporte.

Como elemento interesante, la población adolescente reconoce la importancia de las redes sociales digitales y de comunicar a través de estas, aun cuando no son utilizadas por la asociación. Esto último demuestra la no existencia de una gestión de la comunicación, lo cual corrobora la necesidad de planificar la comunicación y designar un profesional responsable de desarrollar e implementar una estrategia comunicativa.

En el diseño de la campaña de comunicación, el equipo creativo, compuesto por adolescentes, plantea como público objetivo la población adolescente entre 11 y 15 años del *Collège Robert Desnos*, los cuales pueden o no practicar deportes. En su propuesta exponen el respeto, la amistad y el trabajo en equipo como los valores de la campaña, también identificados por la población adolescente no solo dentro de la AS, sino como aquellos que se deben transmitir a sus coetáneos. Siendo el respeto el único valor que también fomenta el instituto y, por tanto, su asociación deportiva, según se hace constar en su reglamento interno.

Si bien como principal medio de comunicación eligen la red social *Instagram*, también se proponen acciones en medios impresos, como la realización de pancartas y carteles gráficos, y acciones de comunicación personal del boca-oreja.

Durante el proceso creativo, el equipo de jóvenes realizadores toma en consideración los resultados del estudio y las experiencias compartidas por sus coetáneos para hacer el

diseño de su campaña comunicativa. Esto muestra la intervención del grupo de adolescentes en todo el proceso de creación de la campaña.

En general, se han alcanzado los objetivos trazados en la presente investigación. En el trabajo realizado se ha podido observar la potencialidad de la Investigación-Acción Participativa para promover valores de respeto interrelacionados con otros, a través de la práctica deportiva en la población adolescente, específicamente en el *Collège Robert Desnos*. Si bien no se ha podido implementar la campaña comunicativa online, que habría permitido una mejor evaluación del impacto de la IAP, se ha logrado la participación adolescente en cada etapa de su diseño.

Precisamente, en el diseño de la campaña se han tomado en cuenta las características de la práctica deportiva de este grupo poblacional, considerando valores de respeto interrelacionados con otros, dentro del contexto socioeconómicamente vulnerable al que pertenecen, que no ha sido posible conocer y describir con mayor profundidad, entre otras razones porque en nuestro estudio no se incluyen las familias. Además, se han comprobado las potencialidades comunicativas de las redes sociales como TRIC, específicamente de *Instagram*, para promover valores de adolescentes a adolescentes.

## **Limitaciones**

El presente estudio se ha llevado a cabo en un marco internacional complejo que ha acentuado algunas de las limitaciones encontradas. La pandemia desatada a principios de 2020, y que perdura hasta nuestros días, producto de la COVID-19, ha tenido una incidencia negativa fundamentalmente en el desarrollo del trabajo de campo.

Ante todo, se debe señalar la dificultad que dicha situación ha supuesto para la implementación de las técnicas e instrumentos de investigación-acción participativa. Aunque no se ha impedido el acceso de la investigadora al centro escolar, se ha restringido su entrada y a esto debemos añadir todas las veces que la escuela ha estado cerrada, siguiendo las medidas sanitarias tomadas a nivel nacional.

Esto explica la distancia en el tiempo entre unos y otros talleres y entre las observaciones realizadas, la imposibilidad de acceder a otros espacios del instituto e instalaciones deportivas, así como el reducido intercambio con otros actores involucrados.

Resumimos brevemente las limitaciones en el proceso:



- La documentación institucional revisada, aunque suficiente para la investigación realizada, habría sido interesante que pudiera ser más amplia, como por ejemplo los datos recogidos por curso escolar sobre los adolescentes miembros o no de la AS del *Collège Robert Desnos*, lo que igual habría permitido detectar algunos aspectos significativos e influyentes en cuanto a esta asociación, en particular, y dicho instituto, en general.
- La población adolescente ha sido la principal fuente de datos primarios. Seguramente sin la disrupción de la COVID-19 podríamos haber trabajado más tiempo y con algún otro alumno, en una dinámica mayor que incluyera la difusión de la campaña y su evaluación.
- No hay una continuidad en tiempo y espacio de los talleres-encuentros, lo cual ha propiciado la dispersión de los adolescentes, como por ejemplo adolescentes que dejan y otros que se unen al equipo creativo, afectando la heterogeneidad en el grupo, y también ha dificultado el proceso de creación de la campaña al tener que retomar las ideas con los nuevos miembros del grupo, o cada vez que pasaba mucho tiempo entre un encuentro y otro.
- La no disposición del tiempo necesario para implementar la campaña comunicativa realizada, debido a las medidas sanitarias de la COVID-19 que han causado la irregularidad y la anulación de las reuniones con los adolescentes, no ha permitido efectuar las etapas de difusión y de evaluación de la campaña. Por tanto, como parte de las recomendaciones, se propone llevar a cabo ambas etapas de la campaña.
- La representación de los agentes involucrados en la práctica deportiva de la población adolescente se restringe a solo dos entrevistas que, aunque contemplan la mirada del profesorado y de la administración, tanto del instituto como de la asociación, dejan fuera la opinión de las familias y no brindan una representación generalizada del estado de la cuestión. En una siguiente fase, habría sido interesante ampliar las entrevistas entre las familias y entre los docentes. Es interesante recalcar que los profesores de educación física eran todos hombres, por lo que no hemos podido valorar esta variable de género en ellos como significativa o no.

- No ha sido posible realizar la observación en los espacios de competición, puesto que han sido anulados debido a la situación sanitaria durante la COVID-19, lo que habría sido interesante para constatar realmente el aprendizaje de valores en situaciones conflictivas de estrés real.
- No se logra aplicar un instrumento de investigación que permita la recogida de datos más completos y generalizados de la población adolescente, en concreto un cuestionario para alcanzar una muestra más amplia de adolescentes. Para ello, habría sido necesario tener contacto con más adolescentes, lo cual no se recomendaba por la situación sanitaria.

Si bien las limitaciones planteadas han condicionado nuestra investigación, se ha podido garantizar la participación de la población adolescente a partir del paradigma de la Comunicación para el cambio social y la educación popular. De la misma manera, estos adolescentes han actuado como agentes de cambio al implicarse en la creación de una campaña de comunicación dirigida a sus iguales. Además, es necesario apuntar que, como fuente primaria, la población adolescente ha brindado información de gran utilidad para la investigación y, a su vez, ha sabido usar la información recaudada de forma estratégica en el diseño de la propuesta comunicativa.

### **Recomendaciones y Líneas de continuidad**

A partir de los resultados alcanzados y tras el planteamiento de las conclusiones y limitaciones de nuestra investigación, se proponen las siguientes recomendaciones y líneas de continuidad a considerar, ya sea para la continuación del presente estudio o para futuras pesquisas.

- Seleccionar un profesional, preferiblemente con una formación en comunicación, que sea el responsable de implementar las estrategias comunicativas de la *Association Sportive del Collège Robert Desnos*.
- Llevar a cabo la etapa de difusión y de evaluación de la campaña comunicativa.
- Presentar los resultados de la investigación a los agentes involucrados con la *Association Sportive del Collège Robert Desnos*.

- Valorar el poso que ha dejado esta educación en valores a través del deporte en estos chicos y chicas, tanto a nivel de discurso como de conducta, en diversas áreas de la vida.
- Dar a conocer los resultados de la investigación dentro del ámbito académico y/o social que se interesa en estos temas.
- Considerar el presente estudio como un ejemplo de buenas prácticas dentro del paradigma de Comunicación para el cambio social y su enfoque participativo, y dentro de la Educación Popular.
- Continuar fomentando la participación ciudadana dentro de los programas y estudios de Comunicación para el cambio social y de Educación Popular.
- Impulsar espacios de intercambio de experiencias similares dentro de los encuentros académicos nacionales e internacionales.
- Desarrollar investigaciones dentro de esta línea en otras ciudades francesas, esencialmente en zonas priorizadas, y de ser posible hacerlo extensivo a otros países.
- Pensar en la presente investigación como un posible referente para otros contextos culturales, por ejemplo, el latinoamericano teniendo en cuenta los orígenes de la investigadora.
- Contemplar la pertinencia de desarrollar un estudio comparativo sobre la participación de la población adolescente en proyectos de comunicación, tomando como casos de estudio España y Francia dadas las investigaciones llevadas a cabo por la investigadora.

## Conclusions

L'adolescence est une période de transition complexe entre l'enfance et l'âge adulte, où apparaît le besoin de communiquer et de se socialiser avec son environnement. Cette génération d'adolescents, natifs dans l'air du numérique, utilise, comme l'un de ses principaux moyens de communication, « les technologies pour les relations, l'information et la communication » (TRIC) qui constituent sa quatrième sphère de socialisation, après la famille, l'école et le groupe de pairs.

La population adolescente en France utilise fréquemment les TRIC. C'est également le cas chez leurs voisins européens, comme par exemple en Espagne. Plusieurs facteurs ont été déterminants et influents dans l'usage des TRIC : le type d'appareil mobile (smartphone, tablettes,...), les outils numériques (applications, contenus, jeux,...), l'accessibilité à ces différentes ressources technologiques, ainsi que l'intérêt de la population adolescente pour la communication avec ses pairs et/ou le besoin/le devoir de communiquer avec d'autres personnes de son environnement (enseignants, membres de la famille, etc.). Tous ces facteurs restent dépendants de la situation socio-économique familiale et l'évolution du contexte et des exigences d'enseignement.

Les réseaux sociaux les plus utilisés en 2021 par la population adolescente française âgée de 11 à 18 ans sont Snapchat, YouTube et Instagram. Leurs principales utilisations consistent à chatter avec leur famille et leurs amis, à regarder, à publier et partager des photos et des vidéos. En outre, il a été constaté qu'une grande partie des messages auxquels les adolescents sont exposés, sont transmis via les réseaux sociaux et sont plus largement acceptés si l'expéditeur est un pair.

La recherche réalisée a clairement montré l'importance et le potentiel communicatif des réseaux sociaux tels que les TRIC et les possibilités d'utilisation de ces technologies numériques, résultats mis également en exergue par les données secondaires analysées. Ainsi les données primaires montrent que les participants ont opté pour Instagram, comme principal canal de communication, il semble donc judicieux de proposer ce média comme moyen de communication privilégié pour l'association.

En ce qui concerne les bonnes pratiques pour une vie saine à l'adolescence, il est surtout fait référence à la pratique d'activités physiques et sportives, à l'alimentation et au sommeil. En général, la population adolescente ne respecte pas les recommandations de l'OMS concernant ces habitudes. Au contraire, il a été confirmé qu'une mauvaise alimentation, des courtes heures de sommeil et une activité physique et sportive insuffisante sont principalement associées à une utilisation et une consommation inappropriée des technologies numériques.

Les autres comportements à risque pour la santé à l'adolescence sont principalement ceux liés à la sédentarité, aux sur consommations aigües et addictions à des substances telles que le tabac, l'alcool et les drogues, dont les données sont alarmantes pour cette tranche d'âge. Ainsi, il est corroboré que le mode de vie de l'adolescent moyen n'est pas aussi sain qu'il devrait l'être.

Ainsi, nous comprenons la nécessité de promouvoir auprès des jeunes les bonnes pratiques pour une vie saine, comme le sport, pour améliorer leur santé physique et émotionnelle, mais aussi pour influencer et/ou changer d'autres habitudes. Nous reconnaissons l'importance du sport comme mode de vie sain et éducateur-transmetteur de valeurs pour les adolescents vulnérables sur le plan socio-économique.

La proposition communicative visant à promouvoir les valeurs à travers la pratique du sport chez les adolescents se base sur la Recherche-Action Participative (RAP). Cette dernière avec le paradigme théorique de la communication pour le changement social et les processus d'éducation populaire de Paulo Freire, mettent en évidence l'importance de la participation des sujets impliqués.

Le cadre conceptuel de cette recherche se concentre sur la population adolescente du Collège Robert Desnos, situé dans l'un des quartiers sensibles en France. La participation de ces protagonistes démontre la capacité de l'apprenant à devenir un promoteur du changement social qui peut transcender son environnement. Si le dialogue est l'une des principales ressources du processus de transformation sociale, une série d'actions concrètes sont également menées, qui sont définies en tenant compte de notre étude de cas.

L'existence de quartiers sensibles, dits ZEP, et de leurs établissements scolaires, choisis comme REP+, en cohérence avec le cadre conceptuel utilisé dans cette thèse, justifie que

l'analyse de cas se concentre sur l'un d'entre eux, le quartier d'Orly et le collège Robert Desnos, établissement secondaire appartenant au réseau d'établissements prioritaires en raison des difficultés économiques et sociales des élèves. La réalité de ces adolescents a été déterminante pour comprendre le besoin d'éduquer et transmettre des valeurs face aux risques qui existent dans leurs communautés.

Pour ces raisons, dans notre étude, nous avons conçu une campagne de communication en ligne sur Instagram pour promouvoir les valeurs par le sport, proposée par le programme sportif scolaire de l'Association Sportive du Collège Robert Desnos. À cette fin, les garçons et les filles âgés de 11 à 14 ans inscrits à cette association ont participé à un total de 9 ateliers-rencontres. Il est nécessaire de souligner l'importance de la collaboration et du soutien apportés par la direction de l'école et les professeurs, tant de sport que d'autres matières, qui ont facilité la participation de leurs élèves à ces ateliers.

Les principales activités sportives des adolescents participants sont le basket-ball, le football et l'escalade. En outre, ils partagent le fait que s'amuser avec des amis est l'une des motivations essentielles de la pratique du sport, bien qu'ils reconnaissent son caractère sain et le considèrent comme une activité de loisir.

Bien que les adolescents ne fassent pas directement référence aux frais d'inscription, il est nécessaire de préciser que le coût est faible afin de faciliter l'accès à tous les étudiants, en particulier aux filles dont le tarif est encore plus bas, spécifiquement pour les filles de 13 et 14 ans, pour ainsi les encourager à rejoindre l'association. Malgré cela, peu de personnes s'inscrivent. Le fait d'être une association et d'avoir besoin de frais d'inscription est considéré comme l'un des obstacles les plus importants, compte tenu des difficultés économiques et sociales des familles, bien qu'elles reçoivent un coupon de sport comme aide de la municipalité.

En ce qui concerne l'évaluation de l'Association Sportive faite par la population adolescente, comme éléments positifs, le plaisir entre amis et le jeu en équipe sont mentionnés, ce qui correspond aux valeurs sélectionnées, ainsi que la compatibilité de l'horaire de cette association avec le programme académique, contrairement aux clubs. Parmi les éléments négatifs, les aspects liés à la programmation et à l'organisation du sport sont soulignés, car pour eux il n'y a pas assez de matchs, les rôles et les niveaux des membres de l'équipe dans l'entraînement ne sont pas définis, et ils ne sont pas d'accord pour que leurs propres coéquipiers soient les arbitres.

Cela montre les difficultés de ces adolescents à respecter l'autorité et/ou l'autre, que ce soit un adulte ou un de leurs pairs. Ils évoquent également une autre valeur à travailler lorsqu'ils parlent de l'individualisme dans le sport, notamment dans les sports d'équipe comme le basket-ball. D'où la nécessité d'accompagner les adolescents dans leur éducation, leur transmettre les valeurs telles que le respect et le travail en équipe, pour favoriser une meilleure coexistence et intégration dans la société.

Parmi les propositions faites par la population adolescente pour améliorer le programme sportif de l'AS, il y a l'organisation et la structuration des activités sportives en général. Ceci inclus la mise en place de calendriers d'entraînement, la planification de l'entraînement par catégories, ainsi que la coordination des juges et des arbitres lors des compétitions. En ce qui concerne les ressources matérielles, aucune référence n'est faite au matériel ou aux installations sportives, sachant que l'école a été récemment rénovée et que, comme elle appartient à la catégorie REP+, elle reçoit un soutien financier important pour acquérir le matériel et les supports nécessaires. Cependant, ils indiquent la nécessité de porter des vêtements appropriés et adaptés, en fonction du sport.

Il est intéressant de noter que la population adolescente reconnaît l'importance des réseaux sociaux numériques et de leur utilisation pour communiquer, même si l'association ne les utilise pas. Ceci corrobore le manque de gestion et la nécessité de mieux planifier la communication de l'association. Pour cela, il serait nécessaire de désigner un professionnel chargé du développement et de la mise en œuvre d'une stratégie de communication.

Dans la conception de la campagne de communication, l'équipe créative, composée d'adolescents, propose comme public cible la population adolescente âgée de 11 à 15 ans du Collège Robert Desnos, qui pratique ou non un sport. Dans leur proposition, ils ont défini le respect, l'amitié et le travail d'équipe comme les valeurs de la campagne, identifiées par la population adolescente au sein de l'AS, mais aussi comme les valeurs à transmettre à leurs pairs. Le respect est la seule valeur qui est officiellement promue par l'école et, par conséquent, par son association sportive, comme le stipule son règlement intérieur.

Bien qu'ils choisissent Instagram comme principal moyen de communication, ils proposent également des actions sur d'autres supports, comme la création de bannières et

d'affiches graphiques, et d'autres actions de communication personnelle tel que « bouche à oreille ».

Globalement, les objectifs fixés dans ce projet ont été atteints. Dans le travail réalisé, il a été possible d'observer le potentiel de la RAP qui a pour bût de promouvoir le respect et les autres valeurs en relation avec celle du respect, dans la pratique du sport chez des adolescents au sein du Collège Robert Desnos.

Au cours de ce processus créatif, l'équipe de jeunes réalisateurs prend en compte les résultats de l'étude et les expériences partagées par leurs pairs pour concevoir leur campagne de communication. Même si le projet n'est pu aboutir à la mise en ligne de cette campagne, ce qui aurait permis de mieux évaluer l'impact du RAP, l'implication du groupe d'adolescents dans chaque étape de la conception et la réalisation de cette campagne a été un succès.

Plus précisément, la conception de cette campagne a pris en compte les caractéristiques de la pratique sportive du groupe d'adolescents et les vulnérabilités socio-économiques de ce même groupe, tout en considérant les valeurs de respect et celles qui en découlent. Si il n'a pas été possible de connaître et de décrire plus en détail les contexte de vie de ces adolescents, parce que notre étude n'incluait leurs familles. Il est prouvé que les potentialités communicatives des réseaux sociaux tels que les TRIC et plus précisément Instagram, servent à promouvoir les valeurs de respect entre adolescents.

## **Limitations**

Cette étude a été réalisée dans un contexte international complexe, ce qui a accentué certaines des limites rencontrées. La pandémie du COVID-19, déclenchée au début de l'année 2020 et qui se poursuit encore à ce jour, a fortement entravé le déroulement du travail de terrain.

Ainsi, il convient de noter que cette situation a rendu difficile la mise en œuvre des techniques et des outils de recherche-action participative. La chercheuse n'a pas eu d'interdiction d'accéder à l'école mais le nombre d'entrevues a été limité, notamment par les mesures sanitaires prises au niveau national.



Cela explique la délais important entre les ateliers et les observations, ainsi que l'impossibilité d'accéder à d'autres zones de l'école et aux installations sportives, réduisant ainsi les échanges avec les autres acteurs impliqués.

Nous résumons brièvement les limites de ce processus :

- La documentation institutionnelle examinée, bien que suffisante pour la recherche effectuée, aurait été plus intéressante si elle avait été plus importante. Le recueil de données sur les adolescents (par exemple membre ou non de l'AS du collège) n'a été transmis que sur 2 années scolaires. Si les données avaient concerné plus d'années scolaires l'analyse aurait peut-être permis de détecter certains aspects significatifs et influents de cette association.
- La population adolescente a été la principale source de données primaires. Sans la perturbation de la COVID-19, nous aurions certainement pu travailler plus longtemps et en association avec d'autres collégiens. Donc être dans une plus grande dynamique aurait inclus la diffusion de cette campagne et son évaluation.
- Les ateliers-rencontres n'étaient pas proposés ni à fréquence régulière ni dans le même lieu, ce qui a créé une discontinuité et limité l'hétérogénéité de ce groupe d'adolescents. En effet, cela a rendu difficile le processus de création de la campagne, car il fallait reprendre régulièrement les idées avec les membres du groupe et les réunions n'étaient pas assez fréquentes.
- Suite aux mesures sanitaires dues à la COVID-19, nous n'avons pas eu le temps nécessaire à la mise en œuvre de cette campagne de communication, ce qui a amené l'irrégularité et l'annulation des rencontres avec les adolescents, n'ont pas pu être réalisées les étapes de diffusion et d'évaluation de cette campagne. C'est pourquoi, dans le cadre de l'utilisation de cette étude, nous recommandons d'aller jusqu'aux deux dernières étapes de cette campagne.
- La représentation des agents impliqués dans la pratique sportive de la population adolescente se limite à deux entretiens. Ils incluent les points de vue du personnel enseignant, de l'administration de l'école et de l'association mais laissent de côté l'opinion des familles, ne fournissant de fait pas une représentation généralisée de l'état de la question. Dans une phase ultérieure, il aurait été intéressant d'étendre

les entretiens aux familles et de multiplier ceux auprès des enseignants. Il est intéressant de noter que les professeurs d'éducation physique étaient tous des hommes, il n'a pas été possible d'évaluer la variable du genre dans cet établissement.

- Les observations dans les zones de compétition n'ont pas été réalisables, car elles ont été annulées en raison de la situation sanitaire dû au COVID-19. Ce travail aurait été intéressant pour vérifier l'apprentissage des valeurs dans des situations réelles de confrontation et de stress.
- Il n'a pas été possible d'appliquer un instrument de recherche permettant de collecter des données plus complètes et généralisées auprès de la population adolescente, notamment un questionnaire pour obtenir un plus grand échantillon d'individus. Cela aurait nécessité un contact avec davantage d'adolescents, ce qui n'était pas recommandé en raison de la situation sanitaire.

Même si les limites que nous avons énoncées ont conditionné notre recherche, nous avons pu garantir la participation de la population adolescente en nous appuyant sur le paradigme de la communication pour le changement social et l'éducation populaire. De même, ces adolescents ont agi comme des agents de changement en s'impliquant dans la création d'une campagne de communication destinée à leurs pairs. En outre, il convient de noter que, en tant que source primaire, la population adolescente a fourni des informations très utiles pour la recherche et a pu utiliser les informations recueillies de manière stratégique dans la conception de la proposition de communication.

### **Recommandations et lignes de conduite**

Sur la base des résultats obtenus et après les conclusions et les limitations de notre recherche, nous proposons les recommandations suivantes et les lignes de conduite à considérer, soit pour la poursuite de cette étude, soit pour des recherches futures.

- Sélectionnez un professionnel, de préférence avec une formation en communication, qui sera chargé de mettre en œuvre les stratégies de communication de l'Association Sportive du Collège Robert Desnos.
- Réaliser la phase de diffusion et d'évaluation de la campagne de communication.

- Présenter les résultats de la recherche aux agents impliqués dans l'Association Sportive du Collège Robert Desnos.
- Évaluer l'impact que cette expérience de transmission de valeurs, à travers le sport, a eu sur les participants, tant au niveau du discours que du comportement, dans différents domaines de la vie.
- Diffuser les résultats de la recherche au sein de la sphère académique et/ou sociale intéressée par ces sujets.
- Considérer la présente étude comme un exemple de bonne pratique dans le cadre du paradigme de la communication pour le changement social et de l'éducation populaire avec leur approche participative.
- Continuer à promouvoir la participation des citoyens dans le cadre des programmes et études de la communication pour le changement social et de l'éducation populaire.
- Promouvoir des espaces d'échanges d'expériences similaires dans le cadre de rencontres universitaires nationales et internationales.
- Développer la recherche dans ce sens dans d'autres villes françaises, essentiellement dans les zones prioritaires, et si possible l'étendre à d'autres pays.
- Considérer cette recherche comme une référence possible pour d'autres contextes culturels, par exemple le contexte latino-américain, en tenant compte des origines du chercheur.
- Considérer la pertinence de développer une étude comparative sur la participation de la population adolescente à des projets de communication, en prenant l'Espagne et la France comme cas d'étude, compte tenu des recherches effectuées par le chercheur.

## Referencias Bibliográficas

- Académie Nationale de Médecine, Académie des Sciences et Académie des Technologies (2019). *L'enfant, l'adolescent, la famille et les écrans. Appel à une vigilance raisonnée sur les technologies numériques.*
- Adzic, J. (2018). El futuro de las redes sociales. *Anuario AC/E de cultura digital 2018*, 55-67.
- Akbaba-Altun, S. (2003). Eğitim yönetimi ve değerler. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1 (1), 7-17.
- Álamo, J. M. (2004). El deporte escolar en Canarias. En Antonio Fraile (coord.), *El deporte escolar en el siglo XXI: análisis y debate desde una perspectiva europea.* (pp.133-152). Barcelona: Graó.
- Allport, G. W. (1961). *Pattern and growth in personality.* New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Almansa, A., Fonseca, O. y Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar*, 20(40), 127–135.
- Alonso, M. y Saladrigas, H. (2002). *Para investigar en comunicación social. Guía didáctica.* La Habana: Pablo de la Torriente.
- Alonso, M. y Saladrigas, H. (2005). “*Para investigar en comunicación social*”. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Ambrosini, G. (2014). Childhood dietary patterns and later obesity: A review of the evidence. *Proc Nutr Soc.*, 73 (1), 137-146.
- Ames, M., y Naaman, M. (2007). Why we tag: Motivations for annotation in mobile and online media. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '07.* New York: ACM Press.
- Andrade, B., Guadix, I., Rial, A. y Suárez, F. (2021a). *Impacto de la tecnología en la adolescencia. Relaciones, riesgos y oportunidades.* Madrid: UNICEF España.

Andrade, B., Guadix, I., Rial, A. y Suárez, F. (2021b). *Impacto de la tecnología en la adolescencia. Relaciones, riesgos y oportunidades (Resumen ejecutivo)*. Madrid: UNICEF España.

Agence Nationale de Sécurité Sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail [ANSES] (2020). *Inactivité physique et sédentarité chez les jeunes : l'Anses alerte les pouvoirs publics*. Recuperado el 01 agosto de 2022 de <https://www.anses.fr/fr/content/inactivit%C3%A9-physique-et-s%C3%A9dentarit%C3%A9-chez-les-jeunes-l%E2%80%99anses-alerte-les-pouvoirs-publics>.

Arrechea, F. (2011). Una clasificación general de los deportes. *Cuadernos de Fútbol*, (19). Disponible en: <https://www.cihefe.es/cuadernosdefutbol/2011/03/una-clasificacion-general-de-los-deportes-y-de-las-variantes-y-modalidades-del-futbol/>

Asamblea General de las Naciones Unidas (1948). Declaración Universal de los Derechos Humanos (Resolución 217 A [III]). París. Recuperado de <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/index.html>

Asselin, C. (11 mai 2021). Comment les jeunes utilisent les réseaux sociaux en France en 2021. *Digimind*. Recuperado de <https://blog.digimind.com/fr>

Ballesteros, C. A. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el *engagement* del entretenimiento en la red social emergente TikTok. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 171-185.

Ballesteros, J. C. y Picazo, L. (2018). *Las TIC y su influencia en la socialización de adolescentes*. Madrid: FAD.

Baptista, P., Fernández, C. y Hernández Sampieri, R. (2005). *Metodología de la investigación*. La Habana: Pablo de la Torriente.

Barnes, J. A. (1969). Graph Theory and Social Networks: A Technical Comment on Connectedness and Connectivity. *Sociology*, 3(2), 215–232.

Barnes, J. A. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations* 7, 39–58.

- Barranquero, A. y Treré, E. (2020). Los estudios sobre comunicación alternativa y comunitaria en Europa desde una perspectiva histórica y comparada. En Oliveira Paulino, Fernando, Kaplún, Gabriel, Vicente Mariño, Miguel y Custódio, Leonardo (Eds.), *Tradiciones de Investigación en Diálogo – Estudios sobre Comunicación en América Latina y Europa* (pp. 201-224). Media XXI.
- Bayer, J. B., Ellison, N. B., Schoenebeck, S. Y., y Falk, E. B. (2016). Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat. *Information, Communication and Society*, 19(7), 956–977.
- Becerra-Chauca, N. y Taype-Rondan, A. (2020). TikTok: ¿una nueva herramienta educativa para combatir la COVID-19? *Acta Médica Peruana*, 37, (2), 249-251.
- Benhamou, F. (2018). Quelle régulation face aux plateformes numériques ? *Annales des Mines-Réalités industrielles*, 2018, 75-78.
- Bernal-Bravo, C. y Angulo- Rasco, J. F. (2013). Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales. *Comunicar*, 20(40), 25–30.
- Berthon, P., Pitt, L., Plangger, K. y Shapiro, D. (2012). Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy. *Business Horizons*, 55(3), 261-271.
- Blanchard, K. y O'Connor, M. (1998). *Değerlerle yönetim*. İstanbul: Epsilon.
- Blázquez, D. (2010). *La iniciación deportiva y el deporte escolar* (5ª edición). Barcelona: INDE.
- Blázquez, D. y Hernández, J. (1984). *Clasificación o taxonomías deportivas*. Barcelona: Monografía. INEF.
- Borraccino, A., Lemma, P., Berchiolla, P., Cappello, N., Inchley, J., Dalmaso, P., Charrier, L., y Cavallo, F. (2016). Unhealthy food consumption in adolescence: role of sedentary behaviours and modifiers in 11-, 13- and 15-year-old Italians. *European Journal of Public Health*, 26(4), 650-656.
- Bouet, M. (1968). *Signification du sport*. Paris: P.U.F.

- Boyd, D., y Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brashers, D. E. et Babrow, A. S. (1996). Theorizing communication and Health. *Communication Studies*, 47(3), 243–251.
- Bredin, F. (1991, 7 Agosto). Le sport et l'insertion des jeunes, en Conseil des ministres du 07 Août 1991 [texto completo]. Via Publique au cœur du débat public. Recuperado de <https://www.vie-publique.fr/discours/156002-conseil-des-ministres-du-07-aout-1991-le-sport-et-linsertion-des-jeunes>
- Briceño-León, R. (2000). Bienestar, salud pública y cambio social. En BriceñoLeón, R., De Souza, M, y Coimbra, C. (Coords.). *Salud y equidad: una mirada desde las ciencias sociales* (pp. 15-24). Río de Janeiro: Editora Fio Río de Janeiro: Editora Fiocruz.
- Buechel, E. C. y Berger, J. (2016). Motivations for consumer engagement with social media. En Claudiu V. Dimofte, Curtis P. Haugtvedt y Richard F. Yalch (Eds.), *Consumer Psychology in a Social Media World* (pp. 3-22). New York: Routledge.
- Cagigal, J. M. (1979). *Cultura intelectual y cultura física*. Buenos Aires: Martínez Roca.
- Camiré, M. (2014). Youth development in North American high school sport: Review and recommendations. *Quest*, 66(4), 495-511.
- Camiré, M. y Kendellen, K. (2016). Coaching for positive youth development in high school sport. En N. L. Holt (Ed.), *Positive Youth Development Through Sport* (2 ed., pp. 126-136). Abingdon: Routledge.
- Camiré, M., Trudel, P. y Forneris, T. (2009). Parents' perspectives on the practice of high school sport in a Canadian context. *Qualitative Research in Sport and Exercise*, 1(3), 239–257.
- Cannard, C. (2019). *Le développement de l'adolescent. L'adolescent à la recherche de son identité* (éd. 3e). Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur s.a.
- Carrillo Pascual, E. (2015). *Desconectados sociales. El no uso de las redes sociales entre los adolescentes y jóvenes de la Comunidad de Madrid*. Tesis doctoral sin publicación, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España.

- Carrion, C., Arroyo Moliner, L., Castell, C., Puigdomènech, E., Gómez, S-F., Domingo, L. y Espallargues, M. (2016). Utilización del teléfono móvil para el fomento de hábitos saludables en adolescentes. Estudio con grupos focales. *Rev Esp Salud Pública, 90*, 1-11.
- Caspersen, C. J., Powell, K. E., y Christenson, G. M. (1985). Physical activity, exercise, and physical fitness: Definitions and distinctions for health-related research. *Public Health Reports, 100* (2), 126-131.
- Castañeda, L. (coord.) (2010). *Aprendizaje con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos*. Sevilla: MAD.
- Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. Barcelona: Editorial Grupo Planeta.
- Chaparro, M. (2015). *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. La distopía del desarrollo*. Bogotá: Ediciones desde abajo.
- Charrier, D., Djaballah, M., Cometti, A., Parmantier, C. y Jourdan, J. (2012). Prévention, animation et insertion par le sport en zones urbaines sensibles: la reconstruction du processus historique des analyses. *Movement & Sport Sciences - Science & Motricité, 25-37*.
- Chartier, M. (4 octobre 2021). Les jeunes Français très présents sur les réseaux sociaux, et ce bien avant 13 ans. Recuperado de <https://www.lesnumeriques.com/>
- Chevalier, J. M. y Buckles, D. J. (2019). *Participatory Action Research: Theory and Methods for Engaged Inquiry* (2a ed.). New York: Routledge.
- Chaves, I. (coord.) (2012). *Comunicación para el Cambio Social. Universidad, Sociedad Civil y Medios*. Madrid: Catarata.
- Collège Robert Desnos (2012). *Livre d'Or 2010-2012* [Folleto institucional].
- Collège Robert Desnos (2017). *Projet d'établissement 2017-2021* [Documento institucional].
- Collège Robert Desnos (2020). *Diagnostic Actualisé Collège Robert Desnos* [Documento institucional].
- Collège Robert Desnos (2020a). *Règlement Intérieur 2020* [Documento institucional].



Collège Robert Desnos (2021). *Dossier 2021. Etablissement : Collège Robert Desnos* [Documento institucional].

Comisión de las Comunidades Europeas (2007). *Libro Blanco sobre el deporte*. Bruselas. (Versión digital consultada el 16/09/2021).

Conseil de l'enfance et de l'adolescence (2020). *Les enfants, les écrans et le numérique*. HCFEA.

Consejo de Europa (1992). *Carta Europea del Deporte*. Recuperado el 26 de abril de 2017 de <http://femp.femp.es/files/566-69-archivo/CARTA%20EUROPEA%20DEL%20DEPORTE.pdf>

Consejo Superior de Deportes (2010). *Plan Integral para la Actividad Física y el Deporte A + D*.

Consejo Superior de Deportes y UNICEF España (2010). *Guía para la práctica deportiva: deporte para un mundo mejor*. Madrid: Consejo Superior de Deportes: UNICEF España.

Contreras, O. (2006). El carácter problemático del aprendizaje de los valores en el deporte. En P. Gil y A. López (Coords.), *Juego y deporte en el ámbito escolar: aspectos curriculares y actuaciones prácticas*. (pp. 9-52). Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia, Secretaría General Técnica.

Corominas, J. (1980). *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Madrid: Gredos.

Coubertin, P. de (1972). *Pédagogie Sportive : histoire des exercices sportifs, technique des exercices sportifs, action morale et sociale des exercices sportifs*. Paris : Librairie Philosophique J. Vrin.

Département Sport/ Département Missions Olympiques (2017). *Directives de classification des sports*. Talgut: Swiss Olympic Association. Recuperado de [https://www.swissolympic.ch/dam/jcr:be2a99ad-cd7a-49e6-8de4-868c1de0af25/Richtlinien%20Einstufung\\_neu\\_170927\\_FR\\_def.pdf](https://www.swissolympic.ch/dam/jcr:be2a99ad-cd7a-49e6-8de4-868c1de0af25/Richtlinien%20Einstufung_neu_170927_FR_def.pdf)

Defrance, J. (2011). *Sociologie du sport*. (6e édition). Paris : La Découverte.

- Devís, J. (1995). Deporte, educación y sociedad: hacia un deporte escolar diferente. *Revista de Educación*, 306, 455-472.
- Dolto, F., Dolto-Tolitch, C. y Percheminier, C. (2018). Paroles pour adolescents ou le complexe du homard. Éditions Gallimard Jeunesse Giboulées.
- Durand, G. (1968). *El adolescente y los deportes*. Barcelona: Plaideia.
- Durango, A. (2014). *Las Redes Sociales*. IT Campus Academy.
- Durston, J. y Miranda, F. (Comp.) (2002). *Experiencias y metodología de la investigación participativa*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Elsenburg, L. K., Corpeleijn, E., van Sluijs, E. M., y Atkin, A. J. (2014). Clustering and correlates of multiple health behaviours in 9-10 year old children. *PloS One*, 9(6), e99498.
- Erikson, E. H. (1956). The Problem of Ego Identity. *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 4(1), 56–121.
- Falbe, J., Willett, W. C., Rosner, B., Gortmaker, S. L., Sonnevile, K. R., y Field, A. E. (2014). Longitudinal relations of television, electronic games, and digital versatile discs with changes in diet in adolescents. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 100(4), 1173–1181.
- Fatima, Y., Doi, S. A., Mamun, A. A. (2015). Longitudinal impact of sleep on overweight and obesity in children and adolescents: a systematic review and bias-adjusted meta-analysis. *Obes Rev*, 16 (2), 137-149.
- Favotto, L., Michaelson, V. y Davison, C. (2017). Perceptions of the influence of computer-mediated communication on the health and well-being of early adolescents. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-Being*, 12, 1-12.
- Felipe Maso, J. L. (2014). La institución libre de enseñanza: sus principios pedagógicos innovadores y su presencia en el currículo de la educación física actual. El primer centro docente español que utilizó el deporte como elemento educativo. *Citius, Altius, Fortius*, 7(2), 57-82.

- Fernández-Montalvo, J., Peñalva, A. e Irazabal, I. (2015). Hábitos de uso y conductas de riesgo en Internet en la preadolescencia. *Comunicar*, 22(44), 113–120.
- FIFA (6 de abril de 2020). *#SoyezActif et restez en bonne santé à la maison tout le temps* [Video]. YouTube. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=Pr\\_HdpZgcz8](https://www.youtube.com/watch?v=Pr_HdpZgcz8)
- Fondation IdéeSport (2021). *MidnightSports : une jeune coach s'exprime sur les qualités du projet*. Recuperado de <https://www.ideesport.ch/fr/ideesport-fr-news/midnightsports-une-jeune-coach-sexprime-sur-les-qualites-du-projet/>
- Fraile, A. (2004). Hacia un deporte escolar educativo. En Antonio Fraile (Coord.), *El deporte escolar del siglo XXI: análisis y debate desde una perspectiva europea*. (pp.9-30). Barcelona: Graó.
- Fraile, A. (coord.) (2004). *El deporte escolar en el siglo XXI. Análisis y debate desde una perspectiva europea*. Barcelona: Graó.
- Fraile, A. y De Diego, R. (2006). Motivaciones de los escolares europeos para la práctica del deporte escolar. Un estudio realizado en España, Italia, Francia y Portugal. *Revista Internacional de Sociología*, LXIV (44), 85-109.
- Freire, P. (2009). *La Educación como práctica de la libertad*. México DF: Siglo XXI.
- Freire, P. (1997). *Pedagogía de la Autonomía. Saberes necesarios para la práctica educativa*. México DF: Siglo XXI (Trabajo original publicado en 1996).
- Frohlich, D., Kuchinsky, A., Pering, C., Don, A., y Ariss, S. (2002). Requirements for photoware. *Proceedings of the 2002 ACM conference on Computer supported cooperative work - CSCW '02*. (pp. 166-175). New York: ACM Press.
- Fronzizi, R. (1958). *¿Qué son los valores?* México: F.C.E.
- Fuchs, C. (2008). *Internet and society: Social theory in the Internet age*. New York: Routledge.
- Gabelas, J. A., Marta Lazo, C. y Aranda, D. (2012). Por qué las TRIC y no las TIC. *COMeIN*, 9. Recuperado de

<https://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero09/articles/Article-Dani-Aranda.html>

- Gabelas-Barroso, J. A. y Marta-Lazo, C. (2020). *La era TRIC: Factor R-elacional y Educomunicación*.
- García Ferrando, M. (1990). *Aspectos sociales del deporte. Una reflexión sociológica*. Madrid: Alianza.
- García-Jiménez, A., López-de-Ayala-López, M. C., y Catalina-García, B. (2013). The influence of social networks on the adolescents' online practices. *Comunicar*, 21(41), 195–204.
- García Matilla, A. (2001). Información, ficción y pedagogía en el fútbol televisado. *Comunicar*, 17, 57-63.
- Garzón, A. y Garcés, J. (1989). Hacia una conceptualización del valor. En A. Rodríguez y J. Seoane, *Creencias, actitudes y valores*. Madrid: Alhambra.
- Gasparini, W. y Vieille Marchiset, G. (2008). *Le sport dans les quartiers. Pratiques sociales et politiques publiques*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Gautellier, C. y Garreau, P. (2016). *Être citoyen dans la société numérique*. Ceméa et Savoir Devenir.
- Generelo, E. (1998). Educación Física y Calidad de Vida. En Jesús Martínez del Castillo (comps.) *Deporte y Calidad de Vida* (pp. 309-331). Madrid: Esteban Sanz.
- Gentil, M. I. y Alcasar, L. (2021). Educación Popular en Brasil: contribución de Paulo Freire. *Revista Inclusiones*, 8(2), 389-400. Recuperado de <http://revistainclusiones.com/carga/wp-content/uploads/2021/02/24-Leandro-et-al-VOL-8-NUM2-AbrilJunoo2021INCL-1.pdf>. Consultado el 14/05/2022.
- George, M. J. y Odgers, C. L. (2015). Seven fears and the science of how mobile technologies may be influencing adolescents in the digital age. *Perspect Psychol Sci*, 10 (6), 832-851.
- Gervilla, E. (1993). *Postmodernidad y educación. Valores y cultura de los jóvenes*. Madrid: Dykinson.

- Gil, C. (2022, octubre 6). *Historia de Instagram, la app que revolucionó la forma de compartir fotos online*. Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. Recuperado de <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-instagram-app/>
- Ginesta, X. (2007). Los valores en el deporte: una experiencia educativa a través del Barça-Madrid. *Comunicar*, 28, 148-156.
- Giraldo, G. A., Gómez, M. M. y Giraldo, C. F. (2021). COVID-19 y uso de redes sociales virtuales en educación médica. *Educación Médica*, 22 (5), 273-277.
- Goh, D. H. L., Ang, R. P., Chua, A. Y. K., y Lee, C. S. (2009). Why we share: A study of motivations for mobile media sharing. En *Active Media Technology* (pp. 195–206). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Gómez-Franco-e-Silva, F. y Sendín Gutiérrez, J. C. (2014). Internet como refugio y escudo social: Usos problemáticos de la Red por jóvenes españoles. *Comunicar*, 22(43), 45–53.
- Gómez, J. y García, J. (1993). *El deporte en edad escolar*. Madrid: F.E.M. P.
- González Ocanto, Y. (2017). *Propuesta comunicativa de adolescentes a adolescentes a través de Instagram para incentivar la práctica deportiva. Una experiencia en Segovia*. Tesis máster sin publicación, Universidad de Valladolid, Valladolid, España.
- González Pascual, M. (2012). *Evaluación del funcionamiento del primer curso de implantación de un programa integral de deporte escolar en educación primaria en el municipio de Segovia*. Tesis doctoral sin publicación, Universidad de Valladolid, Valladolid, España. Recuperado de <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/1025/1/TESIS186-120625.pdf>
- González Ramallal, M. E. (2004). El reflejo del deporte en los medios de comunicación en España. *RES*, 4, 271-28.
- Greenwood, D. J. (2000). De la observación a la investigación-acción participativa: una visión crítica de las prácticas antropológicas. *Revista de Antropología Social*, 9, 27-49.

- Greenwood, D. J. y Levin, M. (2007). *Introduction to Action Research. Social Research for Social Change* (2nd ed). Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Gumucio Dagron, A. (2001). *Haciendo olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social*. New York: The Rockefeller Foundation.
- Gumucio Dagron, A. (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Revista Investigación y Desarrollo*, 12(1), 2-23.
- Guthold, R., Stevens, G. A., Riley, L. M. y Bull, F. C. (2020). Global trends in insufficient physical activity among adolescents: a pooled analysis of 298 population-based surveys with 1.6 million participants. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 4(1), 23-35.
- Gutiérrez, M. (1995). *Valores sociales y deporte. La actividad física y el deporte como transmisores de valores sociales y personales*. Madrid: Gymnos.
- Gutiérrez, M., Carratalá, V., Guzmán, J. y Pablos, C. (2010). Objetivos y manifestación de valores sociales y personales en el deporte juvenil según deportistas, padres, entrenadores y gestores. *Apunts. Educación Física y Deportes*, 101, 57-65.
- Halleux, V. (2015). *Politique des sports de l'Union européenne. Une vue d'ensemble*. Union européenne.
- Heras Hernández, F. (2002). *Entre Tantos. Guía práctica para dinamizar procesos participativos sobre problemas ambientales y sostenibilidad*. Valladolid: GEA.
- Hernández, A. (2021). Píldoras históricas en TikTok. Explorando una nueva forma de enseñanza en la era de las redes. *Revista UNES. Universidad, Escuela Y Sociedad*, (10), 92-99.
- Hernández, R. J. (s.f.). El Deporte Escolar. *Puertas a la lectura*, 48-50.
- Hohrod, G. (1902). *Le Roman d'un Rallié*. Auxerre, Francia: Albert Lanier.
- Hugo, V. (1890). *Les Misérables (Tome I: Fantine)*. París: Émile Testard.
- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121-128.

- Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (2004). *El método científico aplicado a la investigación en comunicación social*. Recuperado el 15 de enero de 2017 de <http://www.portalcomunicacion.com/>
- Jiménez-Martínez, C., Tufte, T. y Suzina, A. C. (2020). Deconstruyendo la comunicación participativa y el desarrollo de la sociedad civil en 2020: una perspectiva inspirada en Paulo Freire. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 9(2), 16-47.
- Johansson, S. E. y Sundquist, J. (1999) Change in lifestyle factors and their influence on health status and all-cause mortality. *International Journal of Epidemiology*, 28(6), 1073-1080.
- Kalish, R. A. (1989). *Midlife loss: Coping strategies*. Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications.
- Kemmis, S. (2011). A Self-Reflective Practitioner and a New Definition of Critical Participatory Action Research. In N. Mockler y J. Sachs (eds), *Rethinking Educational Practice Through Reflexive Inquiry* (pp. 11-29). Dordrecht: Springer.
- Kemmis, S., McTaggart, R. y Nixon, R. (2015). Critical theory and critical participatory action research. In H. Bradbury (Ed.), *The SAGE Handbook of action research* (pp. 453-464). City Road, London: SAGE.
- L'Académie Française (2022). *Dictionnaire de l'Académie Française*. Recuperado el 15 de junio de 2022 de <https://www.dictionnaire-academie.fr/>.
- Lalonde, M. (1981). *A New Perspective on the Health of Canadians*. Canada: Minister of Supply and Services. Recuperado el 21 de julio de 2022 de <https://www.phac-aspc.gc.ca/ph-sp/pdf/perspect-eng.pdf>
- Lapeyronnie, D. (1985). Galère et prévention. Les opérations Été. *Les Annales de la recherche urbaine*, (27), p. 85-96.
- Le Monde (s.f.). Biographie de Pierre de Coubertin. *Le Monde*. Recuperado de [https://dicocitations.lemonde.fr/biographie/1140/Pierre\\_de\\_Coubertin.php#](https://dicocitations.lemonde.fr/biographie/1140/Pierre_de_Coubertin.php#)
- Lecou, R. (2012). *Le sport à l'école et le sport scolaire* (Rapport parlementaire).

- Leimeister, J. M., Sidiras, P., y Krcmar, H. (2006). Exploring success factors of virtual communities: The perspectives of members and operators. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 16(3-4), 279-300.
- Linne, J. (2014). Usos comunes de Facebook en adolescentes de distintos sectores sociales en la Ciudad de Buenos Aires. *Comunicar*, 43(22), 189–197.
- Livingstone, S. (2004). Du rapport entre audiences et publics. *Réseaux*, 2004(126), 17-55.
- López-Díez, J. (2021). Metaverse: Year One. Mark Zuckerberg’s Video Keynote on Meta (October 2021) in the Context of Previous and Prospective Studies on Metaverses. *Pensar la publicidad* 15(2), 299-303.
- Malik, A., Dhir, A. y Nieminen, M. (2015). Uses and Gratifications of digital photo sharing on Facebook. *Telematics and Informatics*, 33(1), 129–138.
- Malinen, S. (2011). Strategies for gaining visibility on flickr. *2011 44th Hawaii International Conference on System Sciences*, 1–9. IEEE.
- Marcotte, J. F. (2003). Communautés virtuelles et sociabilité en réseaux : pour une redéfinition du lien social dans les environnements virtuels. *Esprit critique*, 5 (4). Recuperado de <https://www.espritcritique.org/0504/esp0504article04.html>
- Martínez-Gorroño, M. E., y Hernández-Álvarez, J. L. (2014). La institución libre de enseñanza y Pierre de Coubertin: la educación física para una formación en libertad. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 14(54), pp. 243-263. Recuperado de <http://cdeporte.rediris.es/revista/revista54/artinstitucion458.htm>.
- Martínez, A. (1985). La educación física en las ideas pedagógicas de Cossio. *Bordón. Revista de pedagogía*, 258, 399-412.
- Matveiev, L. (1975). *Periodización del entrenamiento deportivo*. Madrid: INEF.
- Meyer, R. (1988). Une approche des valeurs personnelles des adolescents. Données générales et différentielles d'une enquête faite dans quelques collèges. *Enfance*, 41 (1), 75-86.



- Michot, T. (2021). La pratique d'activités physiques et sportives en France. *Revue de la littérature et des données statistiques. INJEP Notes & Rapports/Revue de littérature*, 15, p. 1-67.
- Ministère de l'Éducation Nationale, de la Jeunesse et des Sports (2014). *Refonder l'Éducation Prioritaire. Un référentiel pour l'éducation prioritaire* [Folleto].
- Ministère de l'Education Nationale et de la Jeunesse (2022). *Plus de sport à l'école, une grande priorité pour le Sport*. Recuperado de <https://www.education.gouv.fr/plus-de-sport-l-ecole-une-grande-priorite-pour-le-sport-306483>
- Ministère des Solidarités et de la Santé (2019). *Programme National Nutrition Santé 2019-2023*.
- Ministère des Solidarités et de la Santé y Ministère des Sports (2019). *Stratégie Nationale Sport Santé 2019-2024*.
- Moeller, S., Powers, E. y Roberts, J. (2012). «The world unplugged» and «24 hours without media»: Media literacy to develop self-awareness regarding media. *Comunicar*, 20(39), 45–52.
- Monjas, R., Ponce, A. y Gea, J. (2015). La transmisión de valores a través del deporte. Deporte escolar y deporte federado: relaciones, puentes y posibles trasferencias. *Retos*, 28, 276-284.
- Monjas, R., Ponce, A. y Gea, J. (2013). El PIDEMSG. Una propuesta alternativa al modelo de deporte escolar tradicional. *Revista Athlos. Revista Internacional de ciencias sociales, de la actividad física y el deporte*, IV, 4, 29-56.
- Montañés, M. (2013). Diseño científico de muestras estructurales. En Miguel Vicente-Mariño, Tecla González-Hortigüela y Marta Pacheco-Rueda (Coords.), *Actas del II Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación y del Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación (Segovia, 2-3 de mayo de 2013)*. (pp. 841-856). Segovia: Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación (UVa-Segovia).
- Moreno, A. (1990). *La adolescencia: perspectivas teóricas en psicología evolutiva*. Madrid: UNED.

- Moreno-Altamirano, L. (2007). Reflexiones sobre el trayecto salud-padecimiento-enfermedad-atención: una mirada socioantropológica. *Salud Pública de México*, 49 (1), 63-70.
- Moreno Hernández, F. J. (1998). El deporte escolar como labor intencionada de intervención psicopedagógica y de aprendizaje. En Antonio J. Casimiro Andújar, Francisco Ruiz Juan y Antonia García López (Coords.). *Nuevos horizontes en la Educación Física y el deporte escolar* (pp. 167-179). Málaga: Instituto Andaluz del Deporte.
- Moscoso, D. y Moyano, E. (coords.) (2009). Deporte, salud y calidad de vida. *Colección Estudios Sociales*, 26.
- Muñoz, F. (2000). *Adolescencia y Agresividad*. Tesis doctoral sin publicación, Universidad Complutense, Madrid, España. Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/S/4/S4017401.pdf>
- Navarrete, D., Castel, S., Romanos, B. y Bruna, I. (2017). Influencia negativa de las redes sociales en la salud de adolescentes y adultos jóvenes: una revisión bibliográfica. *Psicología y Salud*, 27 (2), p. 255-267.
- Navarro, V. (1998). Concepto actual de la salud pública. En Martínez, F., Castellanos, P. L., Navarro, V., *Salud Pública* (pp. 49-54). Ciudad de México: Mc Graw-Hill.
- Nov, O., Naaman, M. y Ye, C. (2010). Analysis of participation in an Online Photo-Sharing Community: a multidimensional perspective. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61 (3), 555–566.
- Oeldorf-Hirsch, A., y Sundar, S.S. (2010). Online photo sharing as mediated communication. In: *Annual Conference of the International Communication Association*. Singapore.
- Olivares-García, F. J. y Méndez, I. (2020). Análisis de las principales tendencias aparecidas en TikTok durante el periodo de cuarentena por la COVID-19. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 243-252.

Oliveira Paulino, F., Kaplún, G., Vicente Mariño, M. y Custódio, L. (Eds.). (2020). *Tradiciones de Investigación en Diálogo – Estudios sobre Comunicación en América Latina y Europa*. Media XXI.

Organización de Naciones Unidas (2005). Deporte 2005. Año Internacional del deporte y la educación física. Recuperado el 03 de enero de 2019 de <http://www.un.org/es/events/pastevents/sport2005/>.

Organización Mundial de la Salud (2020). *Directrices de la OMS sobre actividad física y hábitos sedentarios: de un vistazo*. Ginebra: Ediciones de la OMS.

Organización Mundial de la Salud (2019, 22 noviembre). Un nuevo estudio dirigido por la OMS indica que la mayoría de los adolescentes del mundo no realizan suficiente actividad física, y que eso pone en peligro su salud actual y futura [Comunicado de prensa]. Recuperado el 6 de abril de 2020 de <https://www.who.int/es/news-room/detail/22-11-2019-new-who-led-study-says-majority-of-adolescents-worldwide-are-not-sufficiently-physically-active-putting-their-current-and-future-health-at-risk>

Organización Mundial de la Salud (2018, 23 febrero). Actividad física [Comunicado de prensa]. Recuperado el 6 de abril de 2020 de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>

Organización Mundial de la Salud (2014). *Salud para los adolescentes del mundo. Una segunda oportunidad en la segunda década*. Suiza: Ediciones de la OMS.

Organización Mundial de la Salud (2013). *Global Action Plan for the prevention and control of noncommunicable diseases 2013-2020*. Geneva, Switzerland: World Health Organization.

Organización Mundial de la Salud (2010). *Recomendaciones mundiales sobre actividad física para la salud*. Ginebra: Ediciones de la OMS.

Organización Mundial de la Salud (2008). *Una guía de enfoques basados en población para incrementar los niveles de actividad física*. Ginebra: Ediciones de la OMS.

- Organización Mundial de la Salud (2004). *Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud* [Folleto].
- Organización Mundial de la Salud (1978). *Conferencia Internacional de Atención Primaria de Salud. Alma –Ata*. URSS.
- Organización Mundial de la Salud y Todas las mujeres, todos los niños (2015). *Estrategia Mundial para la Salud de la Mujer, el Niño y el Adolescente (2016-2030). Sobrevivir, prosperar, transformar*. [Folleto].
- Organización Panamericana de la Salud (2019). *Plan de Acción Mundial sobre Actividad Física 2018-2030. Más personas activas para un mundo más sano*. Washington, D.C.: OPS.
- Organización Panamericana de la Salud (2010). *Estrategia y Plan de Acción Regional sobre los Adolescentes y Jóvenes (2010-2018)*. Washington, D.C.: OPS.
- Ortega, F. B., Ruiz, J. R., Castillo, M. J., Sjostrom, M. (2008). Physical fitness in childhood and adolescence: a powerful marker of health. *International Journal of Obesity*, 32, 1-11.
- Otto, P. y Simon, M. (2008). Dynamic perspectives on social characteristics and sustainability in online community networks. *System Dynamics Review*, 24(3), 321-347.
- Paillé, P. y Mucchielli, A. (2012). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Paris: Armand Colin.
- Parlebas, P. (1988). *Elementos de sociología del deporte*. Málaga: Unisport.
- Parlebas, P. (1981). *Contribución a un léxico comentado para la Ciencia de la Educación Motriz*. París: INSEP.
- Pearson, N. y Biddle, S. J. (2011). Sedentary behavior and dietary intake in children, adolescents, and adults: A systematic review. *American Journal of Preventive Medicine*, 41(2), 178-188.
- Pérez Brunicardi, D. (2010). *Buscando un modelo de deporte escolar para el municipio de Segovia. Un estudio a partir de las valoraciones, intereses y actitudes de sus*

- agentes implicados*. Tesis doctoral sin publicación, Universidad de Valladolid, Valladolid, España.
- Pering, T., Nguyen, D. H., Light, J., y Want, R. (2006). Face-to-face media sharing using wireless mobile devices. *Seventh IEEE International Symposium on Multimedia (ISM'05)*. IEEE.
- Pintor, M. y Pecharromán, I. (2010). *Adolescentes de hoy buscando sus valores*. Madrid: CCS.
- Plaza de la Hoz, J. (2021). Evolución del uso de las TIC por parte de los adolescentes en los últimos años: luces y sombras. *Aloma*, 39 (1), 39-47.
- Prisi, O. y Oweida, T. (5 de octubre de 2021). *Forum des idées. Réunir les jeunes autour du sport le samedi soir / Entrevistados por Esther Coquoz. Forum RTS*. Recuperado de <https://www.rts.ch/play/tv/forum/video/forum-video-presente-par-esther-coquoz-et-tania-sazpinar?urn=urn:rts:video:12545356>
- Puig, J. M. (1995). *La educación moral en la enseñanza obligatoria*. Barcelona: ICE/Horsori.
- Puig, N. y Heinemann, K. (1991). El deporte en la perspectiva del año 2000. *Papers*, 38, 123-141.
- Punyanunt-Carter, N. M., De La Cruz, J. J., y Wrench, J. S. (2017). Investigating the relationships among college students' satisfaction, addiction, needs, communication apprehension, motives, and uses & gratifications with Snapchat. *Computers in human behavior*, 75, 870–875.
- Quintana, J. M. (1998). *Pedagogía axiológica. La educación ante los valores*. Madrid: Dykinson.
- Ramdani, I. (25 de octubre de 2015). Les sportifs de haut niveau poussent dans le béton. *Libération*. Recuperado de [https://www.liberation.fr/sports/2015/10/25/les-sportifs-de-haut-niveau-poussent-dans-le-beton\\_1408740/](https://www.liberation.fr/sports/2015/10/25/les-sportifs-de-haut-niveau-poussent-dans-le-beton_1408740/)
- Rauner, A., Mess, F. y Woll, A. (2013). The relationship between physical activity, physical fitness and overweight in adolescents: a systematic review of studies published in or after 2000. *BMC Pediatrics*, 13 (19), 1-9.

- Raya, A. (2019, 18 marzo). Un pedazo de Internet se ha perdido para siempre: Myspace confiesa que borró toda la música de sus usuarios [Comunicado de prensa]. Recuperado el 24 de abril de 2020 de [https://www.lespanol.com/omicrono/20190318/internet-perdido-siempre-myspace-confiesa-musica-usuarios/384212801\\_0.html](https://www.lespanol.com/omicrono/20190318/internet-perdido-siempre-myspace-confiesa-musica-usuarios/384212801_0.html)
- Real Academia Española (2022). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 15 de junio de 2022 de <http://dle.rae.es>.
- Renaud, L. (2020). Communication pour la santé : construction d'un champ de recherche et d'intervention. *Communiquer*.
- Renaud, L. y Rico de Sotelo, C. (2007). Communication et santé : des paradigmes concurrents. *Santé publique, 19*(1), 31-38.
- Restrepo, N. (2011). Comunicación para el cambio social y nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Eticanet* (11), 158-178.
- Robinson, T. N., Banda, J. A., Hale, L. y cols (2017). Screen media exposure and obesity in children and adolescents. *Pediatrics, 140*, 97-101.
- Rodríguez, G., Gil, J. y García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. La Habana: Félix Varela.
- Rodrigo-Sanjoaquín, J., Sevil-Serrano, J., Julián Clemente, J. A., Generelo, E. y Pérez-Ordás, R. (2019). *Implementación de las tecnologías de la información y la comunicación en la promoción de hábitos saludables. Promoción de hábitos saludables a través de las tecnologías de la información y comunicación: una propuesta de aplicación en los centros educativos y en las clases de Educación Física*. Huesca: Servicio de Publicaciones. Universidad de Zaragoza.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Romero, E. y Alcaraz, F. (2011). Nuevas perspectivas para la investigación en Internet: la Web 2.0 y la Empresa 2.0. *Revista de AJOICA*, (6).
- Ryan, R. M. y Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist, 55* (1), 68-78.

- Saidi, O. (2020). *Sommeil de l'adolescent : effet de l'activité physique et de l'alimentation chez l'adolescent sportif ou en condition d'obésité*. Tesis doctoral sin publicación, Université Clermont Auvergne, Francia.
- Saliha, F. (2021). Communication Parents-Adolescents et satisfaction de vie chez les délinquants. *Revue d'études en psychologie de la déviance*, 06 (02), 476-488.
- Salvetti Llombart (2021). *Salud y nuevos hábitos digitales*. Fundación MAPFRE. Disponible en: <https://www.fundacionmapfre.org/media/publicaciones/destacadas/salud/informe-completo-salud-digital.pdf>
- Sánchez, M. E., y González, M. (2004). *Psicología General y del Desarrollo*. Ciudad de La Habana, Cuba: Deporte.
- Sánchez-Alcaraz, B. J., Gómez-Mármol, A., Valero Valenzuela, A., De la Cruz Sánchez, E. y Díaz Suárez, A. (2016). El Modelo de Responsabilidad Personal y Social a través del deporte como propuesta metodológica para la educación en valores en adolescentes. *Espiral. Cuadernos del Profesorado*, 9(18), 16-26. Recuperado de <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/ESPIRAL/article/view/997>
- Sánchez Mendías, J. (2005). Una juventud sin valores: un riesgo para la sociedad. *Educaweb*. Recuperado de <https://www.educaweb.com/noticia/2005/07/18/juventud-valores-riesgo-sociedad-589/>
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 1-65). San Diego: Academic Press.
- Sébal, M. (2012). *Troubles et ruptures de l'adolescence*. Paris: Magnard-Vuibert.
- Serra, E. y Rabino, R. (2018). Adolescencia y valores. *Revista Crítica*. Recuperado el 24 de mayo de 2022 de [ADOLESCENCIA Y VALORES – Crítica \(revista-critica.es\)](http://adolescencia-y-valores-critica.revista-critica.es).

- Sherman, L. E., Payton, A. A., Hernandez, L. M., Greenfield, P. M. y Dapretto, M. (2016). The Power of the Like in Adolescence: Effects of Peer Influence on Neural and Behavioral Responses to Social Media. *Psychological Science*, 27(7), 1027–1035.
- Société canadienne de pédiatrie (2019). Les médias numériques : la promotion d'une saine utilisation des écrans chez les enfants d'âge scolaire et les adolescents. *Paediatrics & Child Health*, 24 (6), 409–417.
- Telama R., Yang X., Viikari J., Välimäki I., Wanne O. y Raitakari O. (2005). Physical activity from childhood to adulthood: a 21-year tracking study. *American Journal of Preventive Medicine*, 28 (3), 267-273.
- Televisión Serrana (2014). Video-carta de San Pablo de Yao a Media Luna [formato audiovisual]. Granma: Televisión Serrana. Recuperado de <http://www.isuma.tv/tv-serrana/video-carta-a-media-luna>
- Tremblay, M. S., Carson, V., Chaput, J. P., Connor, S., Dinh, T., Duggan, M., ... Zehr, L. (2016). Canadian 24-hour movement guidelines for children and youth: an integration of physical activity, sedentary behaviour, and sleep. *Applied Physiology, Nutrition, and Metabolism*, 41(6), 311-327.
- Tufte, T. (2015). *Comunicación para el Cambio Social. La participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial*. Barcelona: Icaria.
- UNICEF France (2021). *Consultation nationale des 6/18 ans 2021. La jeunesse à bonne école ?* Paris : UNICEF France.
- UNICEF (2017). *La situation des enfants dans le monde 2017 : Les enfants dans un monde numérique*.
- Unión Europea (2008). *Directrices de actividad física de la UE. Actuaciones recomendadas para apoyar la actividad física que promueve la salud* [Folleto]. Bruselas. Recuperado de [http://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/policy\\_documents/eu-physical-activity-guidelines-2008\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/policy_documents/eu-physical-activity-guidelines-2008_es.pdf)
- Unión Europea (2014). *Educación, formación, juventud y deporte*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.



- UNSS (2020). *Plan National de Développement du Sport Scolaire 2020-2024*.
- UNSS (2016). *Plan National de Développement du Sport Scolaire 2016-2020*.
- UNSS (1998). *Charte du Sport Scolaire*.
- Valdés André, Y. (Coord.) (2009). *Teoría y metodología de la Educación Física*. La Habana: Editorial Deportes.
- Valerio Netto, A. y Salvador, M. E. (2020). Retos inherentes al desarrollo de proyectos y estudios científicos en salud digital y tecnologías móviles. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 73 (6).
- Van Baalen, P., Bloemhof-Ruwaard, J., y Van Heck, E. (2005). Knowledge sharing in an emerging network of practice: The role of a knowledge portal. *European Management Journal*, 23(3), 300-314.
- Van House, N., Davis, M., Ames, M., Finn, M., y Viswanathan, V. (2005). The uses of personal networked digital imaging: an empirical study of cameraphone photos and sharing. In: *CHI'05 extended abstracts on Human factors in computing systems*. (pp. 1853–1856). ACM.
- Vanhelst, J., Czaplicki, G., Kern, L., Béghin, L. y Mikulovic, J. (2014). Évaluation de la condition physique des adolescents dans la région Île-de-France : comparaison avec les normes européennes. *Cairn*, 4 (106), 87-96.
- Velázquez, R. (2007). El deporte por sí solo no educa. *Diario As*, 23 [En Línea]. España. Recuperado el 20 de febrero de 2018 de [http://masdeporte.as.com/masdeporte/2007/07/18/polideportivo/1184796303\\_850215.html](http://masdeporte.as.com/masdeporte/2007/07/18/polideportivo/1184796303_850215.html).
- Verdot, C., Salanave, B. y Deschamps, V. (2020). Activité physique et sédentarité dans la population française. Situation en 2014-2016 et évolution depuis 2006-2007. *Bull Epidémiol Hebd.*, 15, 296-304.
- Viadé, A. (2003). *Psicología del rendimiento deportivo*. Barcelona: UOC.
- Vieille Marchiset, G. (2003). Sports de rue et pouvoirs sportifs : conflits et changements dans l'espace local. *Agora débats/jeunesses*, 31.

- Villanti, A. C., Johnson, A. L., Ilakkuvan, V., Jacobs, M. A., Graham, A. L., y Rath, J. M. (2017). Social media use and access to digital technology in US young adults in 2016. *Journal of Medical Internet Research*, 19(6).
- Vintimilla-León, D. E. y Torres-Toukoumidis, A. (2021). Covid-19 y TikTok. Análisis de la Folksonomía social. *RISTI*, (40), 15-26.
- World Health Organization (2018). *Global action plan on physical activity 2018–2030: more active people for a healthier world*. Geneva: World Health Organization.

## Disposiciones legales

Bulletin officiel n° 31 du 2 septembre 2010. Enseignements primaire et secondaire.

Recuperado de <https://www.education.gouv.fr/bo/2010/31/mene1020201c.htm>

Circulaire n° 2010-125 du 18-8-2010. Enseignements primaire et secondaire. Activités sportives et éducatives. Développement du sport scolaire.

Circulaires n° 98-144 et 98-119JS du 9 juillet 1998. Aménagement des temps et des activités de l'enfant : mise en place du contrat éducatif local (CEL) et des rythmes périscolaires.

Décret du 13 mars 1986. Statuts de l'UNSS. Ministère de l'Éducation Nationale.

Décret n° 2014-460 du 7 mai 2014.

Directiva 95/46/CE, Règlement Général sur la Protection des Données, del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016.

Recuperado de <https://www.cnil.fr/fr/reglement-europeen-protection-donnees>

Loi n° 2003-339 du 14 avril 2003- JORF 15 avril 2003. Recuperado de <https://www.legifrance.gouv.fr>

Loi n° 2009-879 du 21 juillet 2009. Prévention et santé publique (L'article 93).

Recuperado de [https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article\\_lc/LEGIARTI000020881176](https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000020881176)

Loi n° 84-610 du 16 juillet 1984. L'organisation des activités physiques et sportives.

Recuperado de <https://www.legifrance.gouv.fr>

Loi n° 84-610 du 16 juillet 1984 relative à l'organisation et à la promotion des activités physiques et sportives. Dispositions codifiées dans le code de l'éducation (L. 121-

5 Ordonnance n° 2000-549 du 15 juin 2000).

Resolución 51/172, de 3 de febrero de 1997, de la Asamblea General de las Naciones Unidas.

Recuperado de <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/51/172>

Resolución 81/4, sobre el Deporte para Inmigrantes, del Consejo de Europa.

## Fuentes electrónicas y páginas webs

Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición [AESAN]. (s.f.). *Estrategia NAOS*. Recuperado el 01 de noviembre de 2022 de [https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/seccion/estrategia\\_naos.htm](https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/seccion/estrategia_naos.htm).

Campaña BeActive. (s.f.). Recuperado el 10 de mayo de 2022 de <https://www.beactive.lu/fr/>.

Collège Robert Desnos-Orly (s.f.). Recuperado el 27 de noviembre de 2022 de <https://desnos-orly.ac-creteil.fr/wordpress/>

Comisión Europea (2022). *The annual European Week of Sport*. Recuperado el 16 de marzo de 2022 de <https://sport.ec.europa.eu/european-week-of-sport>.

Educagob Portal del Sistema Educativo Español. (s.f.). *Información general de la Educación Secundaria Obligatoria*. Ministerio de Educación y Formación Profesional. Recuperado el 16 de noviembre de 2022 de <https://educagob.educacionyfp.gob.es/enseanzas/secundaria/informacion-general/organizacion.html>

Emmanuelle Colboc et associés- Architectes DPLG. (s.f.). *Collège Robert Desnos à Orly*. Recuperado el 30 de agosto de 2022 de <http://www.emmanuelle-colboc.com/>.

Fondation IdéeSport (2022). *MidnightSports pour les jeunes de 13 à 17 ans*. Recuperado el 17 de agosto de 2022 de <https://www.ideesport.ch/fr/>.

Injuve (10 de noviembre de 2017). *Campaña “Menores sin alcohol” de Ministerio de Sanidad*. Recuperado el 21 de noviembre de 2022 de <http://www.injuve.es/convivencia-y-salud/noticia/campana-menores-sin-alcohol-de-ministerio-de-sanidad>.

Mairie de Paris (s.f.). Recuperado el 15 de mayo de 2022 de <https://www.paris.fr/>.

Ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse (2021). *L'Éducation prioritaire*. Recuperado el 01 de junio de 2021 de <https://www.education.gouv.fr/l-education-prioritaire-3140>.

Ministère de l'Education Nationale et de la Jeunesse (2022). *Le collège*. Recuperado el 16 de noviembre de 2022 de <https://www.education.gouv.fr/le-college-4940>.

Ministère des Sports et de Jeux Olympique et Paralympique (2022). Recuperado el 20 de septiembre de 2022 de <https://sports.gouv.fr/>.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (2019). Recuperado el 22 de enero de 2019 de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>.

Observatoire des valeurs (2022). Recuperado el 27 de junio de 2022 de <http://www.observatoiredesvaleurs.org/>.

Organización de Naciones Unidas [ONU]. Recuperado el 10 de enero de 2020 y el 11 de mayo de 2022 de <http://www.un.org/es/>.

Organización Mundial de la Salud [OMS]. Recuperado el 02 de abril de 2020 y el 19 de julio de 2022 de <http://who.int/es/>.

Organización Mundial de la Salud [OMS] (2018). *Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud*. Recuperado el 02 de agosto de 2018 de <http://www.who.int/dietphysicalactivity/pa/es/>.

Organización Panamericana de la Salud [OPS]. Recuperado el 09 de septiembre de 2021 de <http://www.paho.org/>.

Plataforma Europea de Acción sobre Alimentación, Actividad Física y Salud. (s.f.). Recuperado el 11 de marzo de 2017 de [http://ec.europa.eu/health/nutrition\\_physical\\_activity/platform\\_es](http://ec.europa.eu/health/nutrition_physical_activity/platform_es).

Revue EP&S (2022). *Activités sportives*. Recuperado el 29 de junio de 2022 de <https://www.revue-eps.com/>.

Sénat (2022). *Éducation nationale et quartiers de la politique de la ville : assurer l'égalité républicaine*. Recuperado el 24 de agosto de 2022 de <https://www.senat.fr/rap/r09-081/r09-08124.html>.

Statista Research Department (2022). Recuperado el 15 de abril de 2022 de <https://fr.statista.com>.

UNICEF France (2022). Recuperado el 09 de julio de 2022 de <https://www.unicef.fr/>.

Union Nationale du Sport Scolaire [UNSS] (2021). *Un peu d'histoire...* Recuperado el 08 diciembre de 2021 de <https://www.unss.org/histoire>.

## ANEXOS

### Anexo 1. Clasificación de las actividades deportivas

Clasificación	Activités aquatiques	Activités artistiques	Activités athlétiques	Activités d'entretien et de forme	Activités d'éveil	Activités gymniques	Jeux et sports collectifs	Sports de combat Arts martiaux	Sports de nature, de roue et de glisse	Sports de raquettes, de crose, de clubs, de boules
<b>Actividades físicas y deportivas</b>	Aquagym Natation Natation de vitesse Natation subaquatique Natation synchronisée Planche à voile Plongeon Sauvetage Savoir-nager Surf Water-polo	Acrosport Aérobic Arts du cirque Danse Danses traditionnelles Escrime Gymnastique rythmique Mime Natation synchronisée Plongeon Step Théâtre	Athlétisme Combiné Course Course d'endurance Cross Javelot Jeux coopératifs Jeux d'éveil Lancer Manipulation Multibonds Musicotricité Relais Rythme Saut Triathlon Vitesse Yoga	Aérobic Fitness Haltérophilie Musculacion Pratiques corporelles Préparation physique Qi Gong Relaxation Step Stretching	Jeux coopératifs Jeux d'éveil Manipulation Musicotricité Rythme Yoga	Acro-gym Acrosport Expression corporelle Grimper de corde Gymnastique acrobatique Gymnastique artistique Gymnastique douce Gymnastique rythmique Gymnastique rythmique sportive Gymnastique sportive Parcours aménagé Saut à la corde Trampoline Trampoline Tumbling	Baseball Basket-ball Flag Football Handball Jeux Jeux traditionnels Kin-ball Rallye Rugby Tchouk-ball Thèque Ultimate Volley-ball Water-polo	Boxe Boxe française Escrime Jeux d'opposition Judo Karaté Lutte Lutte adaptée MMA	Aviron Biathlon Boomerang Canoë, Canoë kayak Cerf-volant Char à voile Course d'orientation Curling Cyclisme Cyclotourisme Équitation Escalade Grimpe d'arbres Karting Kayak Orientation Parachutisme Parapente Patinage, Patinage à roulettes, Patinage sur glace Pétanque Plongée Raft Randonnée Raquettes à neige Roller, Skateboard Ski, Ski de fond, Ski nautique Spéléologie, Trotinette Tubing, Voile, VTT	Badminton Bowling Cricket Golf Hockey Hockey sur glace Mel ball Non-stop cricket Pelote Pilo-polo Rounders Sarbacane Sport boules Squash Tennis Tennis de table Tir Tir à l'arc Unihoc

Fuente: Elaboración personal a partir de la Revue EP&S (2022).

## **Anexo 2. Entrevista semiestructurada**

### **Anexo 2.1. Entrevista al Director del Collège Robert Desnos y Presidente de la Association Sportive**

*Datos generales de los entrevistados:*

- Nombre y apellidos: Eric Rabaza (E1)
- Cargo: *Principal du Collège Robert Desnos y Président de l'Association Sportive*
- Tiempo de experiencia en las AS: 5 años
- Formación profesional: Profesor de Español
- Contacto (correo): eric.rabaza@ac-creteil.fr
- Fecha: 01/07/2020

#### **- CARACTERÍSTICAS DEL COLEGIO**

##### ***1. ¿Cuáles son las características generales del colegio? ¿Qué significa que sea un colegio REP+?***

R/ O sea que en Francia tenemos tres tipos de colegios, tenemos los colegios digamos de Centro de Ciudad, tenemos los colegios (.) de Educación Prioritaria, y luego tenemos los colegios de Educación Prioritaria digamos reforzada. Lo (sic) (.) el colegio Desnos es un colegio de Educación Prioritaria Reforzada eh, y <suenan el teléfono móvil> (.), lo que quiere decir que acogemos a alumnos de (.) que vienen de (.) familias desfavorecidas eh, y (.) en un 64, 64% (...). Esto es la característica del (.) de Educación Prioritaria Reforzada, 64% son familias que ganan eh menos de, digamos, de 15 mil euros al año, ¡eh!, para una familia digamos de (...) 4 ó 5 miembros, digamos. Eh (...) los alumnos vienen también de (.) de los barrios que se llaman QPV, de Quartier Politique de la Ville, que es una política que viene de, del de la ciudad y, eh (.) es una política especial para este tipo de barrio que acoge a familias desfavorecidas. Y todo el 64% de nuestros alumnos (.) que vienen al colegio viven en ese tipo de barrio.



## - **CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS ASOCIACIONES DEPORTIVAS**

### *1. ¿Cómo se organizan las Asociaciones Deportivas en este colegio?*

R/ ++Sí++, bbbb cómo se organiza, tenemos el (.) el jefe del colegio, el director, que es el Presidente digamos de la asociación, tenemos un (.) el tesorero que se ocupa del, del (.) del dinero de la asociación y un secretario.

#### *1.1. ¿Hay coordinadores en esta asociación?*

R/ ¡No! Son estos dos, los dos coordinan las dos sesión (sic) de deporte.

### *2. ¿Cuáles son las principales características de las Asociaciones Deportivas? ¿Cuáles son sus objetivos generales?*

R/ La asociación es proponer (hum) deportes, diferentes deportes a los alumnos eh (.) fuera de (.) los horarios de clase, o sea que los profesores del colegio pueden acoger a niños eh, el miércoles por la tarde ya que no hay clase o también durante la (.) la hora y media o las dos horas de comida que tienen (...), tenemos actividades o en la hora de comida o el miércoles por la tarde. Son los dos, los dos horarios.

### *3. ¿Cómo son los entrenamientos dentro de las Asociaciones Deportivas? ¿Cómo son los encuentros y/o competiciones?*

R/ Hay de todo, ahí depende del deporte que se propone, o son solo para hacer deporte ¡eh! No hay ninguna, ningún (...) no sé, no hay ni (sic), no hay nada solo es por el placer de hacer deporte, o si no (.) podemos tener luego eh grupos que van hasta la competición y todo. Depende, depende (...) El baloncesto hay competición, en el balonmano también, depende del deporte que se propone. Si es de escalada no, por ejemplo. No es una obligación ir a la competición, no hay ninguna obligación. Es hacer deporte por el placer del deporte.

### *4. ¿Cómo es la preparación de los profesores?*

R/ Para (.), ¿para qué? ¿Para llegar a ser profesor de deporte? (...) [[interviene la investigadora y explica]]. Sí, a lo largo de toda su existencia digamos, tienen formaciones diferentes para, para ser más (.), para adquirir recursos, para ser más, ++no sé cómo se diría++ para ser más [[interviene la investigadora]]... eso superación, para mejorar. Yo

creo que depende del deporte, tienen un deporte de base y luego pueden mejorar un deporte, o dos, o tres, el que quieran...

**- PROMOCIÓN DE VALORES EN EL COLEGIO Y EN LAS ASOCIACIONES DEPORTIVAS**

***1. ¿Cuáles son los principales valores que se trabajan en el colegio? ¿Por qué?***

R/ Pues, tenemos en el reglamento del colegio, eh, con sus, con sus reglas, si quieres te lo puedo dar, también esto. Me parece importante. Tenemos las reglas del colegio y a partir de eso, no es solo tener un texto escrito, sino hacer que se respete este escrito, ¿no!? Porque si no puedes escribir lo que te dé la gana (.), lo importante es que lo, lo respeten ese texto. ++Y cada año++ el reglamento interior del colegio se vuelve a votar, y lo podemos modificar en función de (.), de lo que queremos nosotros eh (.) poner, eh, no sé por ejemplo, el año pasado dijimos: los alumnos ahora no se van a poner en fila en el patio, van a subir directamente a las clases. Pues eso (.) modifica el texto, y lo tienen que votar (sic) (.) se vota. Podríamos decir eh (.) los niños que van a la piscina eh, el profesor no (.) los alumnos van directamente a la piscina, no pasan por el colegio. Pues eso, lo tenemos que votar, los niños no pueden poner o todos los niños queremos que, se pongan una falda roja, todas, pero se tiene que votar. Si no está en el reglamento es difícil luego decir esto sí que se puede, esto no, esto sí, esto no...

El respeto, el respeto del otro, el respeto, la diferenciación (.) El derecho de ser diferente del otro. Porque nosotros acogemos a niños de (.) origen ++muy diferentes++ de todo, o sea que lo importante para nosotros es el respeto, el respeto al otro, está escrito en el reglamento. Respetar también todo lo que es (.) el colegio en sí, como (...): el local, el material, todo esto... Esto es importante, el respeto al otro, el derecho de ser diferente, esto sí que es importante (.) y el respeto también al adulto, todo esto lo tenemos escrito en el reglamento.

***1.1. ¿En las Asociaciones Deportivas también se trabaja esto?***

R/ (.) Sí, clase, asociación, todo. Todos tenemos que tener el mismo reglamento, la misma conducta.

**2. *¿Cómo se ha gestionado la promoción de valores a través de Asociaciones Deportivas? ¿Desde qué actores, métodos y técnicas? ¿Qué medios se utilizan para promover valores?***

R/ Todos, toda la gente. No hay diferencia, que sea la mujer que hace la limpieza, que el profesor, que la secretaria (.) que sea... todos. No hay diferencia entre los adultos. Todos tenemos el derecho de tener el mismo respeto, o sea que (.) esto es muy importante.

**- GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ASOCIACIONES DEPORTIVAS**

**1. *¿Existe algún documento normativo con indicaciones para la comunicación del programa de las AS? (En caso de sí: ¿Cuál o cuáles? ¿Quién hace las modificaciones pertinentes que se requieren con el paso del tiempo?)***

**2. *¿Cómo se gestiona la comunicación en las Asociaciones Deportivas? ¿Quiénes son los responsables? ¿Cuáles son los medios utilizados?***

**3. *¿Qué acciones de comunicación se realizan?***

**4. *¿Se han realizado acciones en las redes sociales digitales para promover valores? (En caso de sí: ¿Cuál o cuáles? ¿Quién o quiénes las han realizado?)***

R/ No, no hay nada (se refiere al colegio y a las AS). No existe nada, no es (.), no hay nada que exista de momento de ese terreno, digamos. A parte del reglamento, pero que es muy institución, es muy administrativo, digamos...

## **Anexo 2.2. Entrevista al Profesor de Educación Física y Profesor de deporte de la AS del Collège Robert Desnos**

*Datos generales de los entrevistados:*

- Nombre y apellidos: Victor Cornette (E2)
- Cargo: *Professeur d'Education Physique et Sportive (EPS) du Collège Robert Desnos y Professeur de sport de l'Association Sportive*
- Tiempo de experiencia en las AS: 7 años
- Formación profesional: Profesor EPS<sup>27</sup>
- Contacto (correo): victor.cornette@ac-creteil.fr
- Fecha: 01/07/2020

### **- CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS ASOCIACIONES DEPORTIVAS**

***1. ¿Cómo se organizan las Asociaciones Deportivas en general, y en este colegio en particular?***

R/ La asociación es un momento para los chicos en el que pueden practicar un o unos deportes en el tiempo extraescolar, sí (.) el miércoles por la tarde o, depende también de los colegios, pero se puede hacer al mediodía o al fin del día... se puede hacer eso. Es un momento diferente de los cursos de deporte porque las reglas son un poco diferentes, un poco menos estricto sí (.) Y se puede hacer de dos maneras diferentes: o practicas para (.) solo para con tus amigos () sin nada de competitivo, si, nada de eso; o lo, lo haces para eso justamente, para preparar las competiciones. Las dos fases, sí... la doble cara digamos... Entonces un alumno puede escoger uno de los dos, también empezar en, en solo para, para practicar con sus amigos y un momento agradable y el después no sé unos meses, nos dice: "ah no finalmente quiero pasar al grupo que practica para, para hacer más..." más ehh ¿cómo decir? Sí, más competitivo, más resultados, sí. Eso se puede.

Eso es de manera general. Es una licencia, entonces hay que pagar. No es gratis. Es el mismo precio, chicas como chicos mismo precio también, eh un deporte o varios, pagas

---

<sup>27</sup> Professeur d'éducation physique et sportive/ Profesor de Educación Física y Deporte.

solo una vez, sí, no es para cada deporte hay que pagar, ¡no! Tu licencia vale 5 euros o 10 euros, quieres hacer uno o todos los deportes, lo puedes (.) Te incluye todo. Pero tienes que ver si los horarios se pueden, eh (.) si puedes practicar todo al mismo tiempo, porque nosotros, por ejemplo: el miércoles son tres deportes, pero todos al mismo tiempo, entonces tú no puedes hacer los tres al mismo tiempo, tienes que escoger. Pero teóricamente puedes hacer todos los deportes si quieres.

El precio depende de los colegios (.) porque se puede hacer de... yo conozco unos precios que son 5 o 7 euros, aquí son 15, hay otros donde es 30, bueno depende también de... lo mínimo hay que pagar porque como es una asociación eh con, con una federación entonces hay que pagar al Estado, sí, una parte, entonces lo mínimo es pagar esa parte al Estado. Aquí son 15 euros y para las chicas de 13 y 14 años el departamento les paga la mitad, o algo así. Entonces para ellas es más barato.

**1.1. ¿Por qué?** R/ PORQUE FALTA CHICAS en la asociación, entonces el departamento para que las chicas vengan pues (.) ayudan (.) de esta manera. Chicas y chicos, todo baja.

Tienen encuentros los miércoles en la tarde desde las 2, no, desde la 1 y media hasta las 4 y media. Entonces son 3 horas, o sea que en cualquier colegio la asociación para los chicos son 3 horas.

Y aquí los lunes, martes y jueves, viernes al mediodía, entonces de la 1 y media, no, de las 12 y media hasta las 2, tiempo de mediodía aquí normalmente donde uno no trabaja, pues, nosotros dejamos abierto en el gimnasio y pueden venir y practicar ahí [bbbb].

**1.2. ¿Este tiempo es más libre?** R/ Es, es igual que el miércoles, pero como utilizamos el gimnasio el miércoles, esa actividad no se puede hacer, entonces para poder proponer todo, todos los deportes, entonces estamos usando todos los días. Así se puede funcionar mejor. Entonces, ahí vienen, es un grupo de 10 a 15 alumnos que vienen y practican al mediodía.

**1.3. ¿Qué deportes?** R/ ¿Aquí? ¿Este año? **Sí.** R/ Entonces, este año había baloncesto, 3 horas: 1 hora para los pequeños (.) y 11 a 12-13 años) y 1 hora y media para los más grandes. Fútbol, eh (.), ¡baile! Pero este año no funcionó muy bien, entonces el colega empezó y después se unió conmigo en la escalada, y bádminton.

Pues aquí, pues digamos que los chicos practican más el fútbol, pues en el fútbol hay más chicos que chicas este año, pero los otros deportes <hummmm/ pensando> digo que igual 50-50% <dice frase en francés>.

## **2. *¿Qué resultados se han obtenido en los últimos años?***

Bueno, lo bueno (.) <hummmm/ pensando> pues el hecho que los que empezaron el año pasao (sic) todavía estaban aquí este AÑO, entonces continúan a practicar, les gusta y están aquí todos los miércoles, o sea, no, no vienen cuando a ellos les dé la gana, cada miércoles están aquí, eso es una cosa que a nosotros es importante, sí porque tenemos que mantener un nivel (.) un nivel eh pues lo más alto posible y un grupo lo más grande posible porque si no hay nadie entonces nuestro trabajo no sirve para nada. Eh otros, otras cosas buenas, pues hay unos alumnos que no funcionan al nivel escolar muy bien, sí, eh que sea los resultados escolares o el... la lentitud, SÍ, en clase, pero que funcionan muy bien con nosotros en la asociación. Y eso, pues permite pensar y ver a esos alumnos de manera diferente y (.) hablar de eso con los colegas también, los otros colegas que ellos solo ven a esos alumnos en clase, entonces que dicen: “ese es horrible, ese no trabaja, ese habla mal”. Cuando uno de los profes de deporte dice: “pues no entiendo bien porque conmigo, pues funciona perfectamente”, perfectamente tal vez es un poco exagerado, pero funciona mejor, funciona bien, entonces es que hay algo que hay que encontrar también en tu clase para poder recuperar ese. Eso nos ayuda.

<Hummmm/ pensando> También lo bueno es que hay una mezcla, bueno tal vez esa mezcla de clases y de edad también, existe cuando están afuera, sí, en la recreación, pero como yo no estoy afuera con ellos, cuando hay la recreación. Entonces ahí se ve más, se ve que un grande de último año pues está ayudando o está trabajando con un (sic) más pequeño, sí, es una mezcla, sí, de edad, de clase, eso nos gusta. Eso existe, también como el año, no espera, este año empezamos entonces la escalada como deporte para los chicos y como es una actividad peligrosa, porque se puede caer uno, o se puede morir, entonces todo lo que es verificar tu equipa (.), tu equipamiento, eso hay que verificarlo, nosotros lo verificamos, pero lo enseñamos, sí. Ellos tienen primero que verificarlo para sí mismo, para mi (.) mi colega, entonces tengo que verificar tu equipamiento también, tú tienes que verificar el mío, y solo cuando [bbbb] tres, son grupos de tres, entonces tienen que verificarse los tres y cuando ya se verificaron, dicen: “Profesor, a ver, ya estamos listos”. Nosotros verificamos y... Entonces eso hay que hacerlo y, pues, conservar el serio la

concentración porque a ellos les gusta jugar y hacer... Pero ahí al momento cuando tu colega está arriba, y tienes la cuerda, y haces algo mal y que él se cae, pues se puede morir, eso también al principio pues era con unos complicado: él está mirando hacia atrás, el otro está haciendo no sé qué, ¡NO! Quédate ahí concentrado mirando a tu colega que (.) que tienes que mantenerlo bien.

Lo que no funciona bien por el momento puesss (...) pues hay unos que, no muchos, pero hay unos que vienen y que solo están aquí para (.) para jugar sin respetar las reglas. Sí, entonces... Eso pues... al principio, puesss, ahora pues (.) una vez y a la segunda vez fuera, regresas a casa porque no estamos aquí para, para eso.

<Hummm/ pensando> Hay también unos clanes, unos grupos, o sea, hay una mezcla, pero, no total. Hay unos grupos que se hacen, eh bueno, la mezcla no está todavía total, eso también se puede mejorar. <Ehhh/ pensando> ¿Qué no funciona todavía? Bueno pues la actividad baile (.), esa aquí no, no sé si les cae bien, no sé si (.) pero... Era con un profe de deporte, un profe que es especialista de baile y bueno tuvo como 3 ó 4 alumnos en septiembre y después de una semana o dos solo eran tres, después dos, y después ya no había nadie. Entonces, eso no sabemos exactamente por qué, porque él trabajó en otro colegio también difícil, en otra ciudad, y pues tenía gente, 15 ó 20 alumnos, no sabe exactamente por qué aquí eso no funciona, por el momento, no encontró la buena manera de presentar esa actividad.

<Hummm/ pensando> ¿Y después qué? (.) Bueno, el serio, no, no el serio, sino ¿cómo decir? Funcionan bien, cualquier actividad, funcionan bien, pero (.) como nosotros también nos gusta el, el (sic), la parte de competición, sí, con los otros establecimientos porque se hacen partidos con los otros, sí. Y después si ganas pues a nivel departamental, si ganas regional, si ganas nacional (.) y pasas ahí, eso es en casi todas las actividades estamos inscritos en esos torneos. Pero, ehm, para ellos es difícil mantener la concentración durante todo un día de torneo y (.) y tener el espíritu digamos de un deportista bien... sí de competición, muy bien ahí, o sea, en un partido de, no sé, de media hora, durante 10 minutos están muy bien y después hay algo que pasa y <hace clic con sus dedos>, y se va. Se va, ya no hay concentración, ya no hay, ya no respetan las reglas, se pueden enfadar, se pueden pelear con uno de otro equipo porque “no, no es justo, que eso no es así”. Entonces, bueno... Y tienen una noción propia de la justicia (...) Eso es. ¡Ellos tienen una noción propia! Suya, sí, de la justicia y cuando no, cuando algo que pasa

y que para ellos no es relación con esa justicia (.) ¡ahí hay un problema! Ahí cada vez es: “¡no es justo!”, pero el árbitro dijo sí que había falta, foul (sic) o que, no sé, “no, pero eso no es, que hay trampa, que”, pero no tú hiciste algo malo, y cada vez así es. Y bueno en mi curso normal, eh, cuando yo digo no, ahí para los naranjas, ahí hay algo, para los no sé qué “ah no profesor, que usted está haciendo trampa, que usted está ayudando a los otros”. Entonces cuando no es para ellos, para sí mismos, no es bueno (.) Entonces, la regla sí pero cuando es para sí mismo está bien, si es para los otros, no finalmente es trampa o...

Y la última cosa, creo que a ahí me viene es la noción de esfuerzo. Para ellos mantener un esfuerzo que sea físico o mental, sí, eso es complicado. Después de dos, tres, cuatro, cinco minutos, ¡ya!, ya no se pueden mantener bien concentrados y hay que hacer otra cosa, o cambiar, o parar un poco y después seguir de nuevo. Entonces, como aprender necesita mantener esfuerzo, entonces pues ellos aprenden pero de manera más lenta (...) que otros. Porque ellos funcionan, sí, como toda esa generación, en funcionamiento de zapping, sí: “me gusta, no me gusta, rápido, paso ahí, no logro después de dos, intento dos veces, no logré, bueno no puedo”; ¡no chico!, dos veces nomás (sic) y qué crees que se iba a hacer así <hace clic con los dedos> de manera mágica.

**2.1. ¿Hay diferencia con otros colegios donde hayas trabajado antes?** R/ Sí, claro. Yo trabajé en SF (ciudad ubicada en la región parisina, se utilizan siglas para mantener el anonimato de otros centros escolares mencionados) <brinda breve explicación de la ciudad>... y esa ciudad, una ciudad muy rica, sí, entonces todos viven con un nivel social alto. Yo trabajé en un liceo, digamos el mejor de toda la academia, con los resultados... Bueno, cuando tú llegas todos ellos saben hacer todo, eh “buenos días profesor”, “bueno hoy vamos a hacer eso y eso, ¿todo el mundo entendió todo?”, “sí Señor, está claro”, “tienen que ponerse aquí y aquí, quiero dos grupos, tac tac tac (sic), ya está todo hecho”. “Y durante 10 minutos el mismo ejercicio y hay que repetir, repetir”, “sí Señor”. Después de 10 minutos, “bueno ¿quién logró?”. +¡Aquí!+ Dos grupos <hace trompetilla con la boca>, se pelean, tú tienes que decir “tú aquí, tú aquí y tú aquí”, sí, si dejas hacer con un poco de autonomía eh, la autonomía muy, muy largo meter eso en función, en funcionamiento en tu clase, eso es... En otros ya está, ya está, sí, y aquí eso es complicado, mantener un esfuerzo durante unos minutos, igual muy complicado. Este año, por ejemplo <hummm> hicimos un trote de 20 minutos para +todas las clases, de todo el colegio+, entonces todos pasaron por eso, entonces 20 minutos corriendo y acumulando puntos en



función de los metros que ha corrido, sí. Y lo que queríamos es que toda la clase corre (.), que todo el mundo corra 20 minutos (.) y después pues el mejor tenía una recompensa. Y bueno, casi todos lo hicieron, eso nos gustó, bueno sí lo pueden, y después utilizamos eso todo el año. Entonces, los míos cuando me decían “ay, no puedo”, “hoy vamos a correr cinco minutos a tal”, “ah, no puedo”, “oye olvidaron <hace clic con los dedos> que lo habían hecho en octubre 20 minutos y te estoy pidiendo cinco”, “ah, sí Señor”.

Igual conservar una información, un sentimiento, sí, eso igual se salta, de una semana <hace clic con los dedos> tu clase está perfecta el lunes, la recuperas el viernes, no sabes por qué todo lo que habíamos hecho bien el lunes, hoy no funciona.

Y el sentimiento de, de +lograr algo+, sí. Para ello... Yo creo que desde pequeño se les dicen (sic) que, +que no pueden+, o que esto no se puede porque mira, mira el nivel que tienes, nunca vas a poder hacer eso, nunca... y eso entra en la mente de esos chicos y después te dicen “bueno, no logro, entonces pa'qué (sic) continuar, pa'qué (sic) esforzarme, por qué, no puedo”, “sí puedes, solo es difícil +claro+, -claro- que es difícil” (...).

**2.2. ¿Crees que va a ser interesante que yo aplique esta investigación?** R/ Pues sí, claro. De todos modos, toda cosa nueva para ellos, para mí, es bueno. Toda cosa que sale del cotidiano, eso es bueno. Porque ellos terminan la clase, regresan o están afuera en grupos (.), y escuchan música, están utilizando tik tok y no sé qué para hacer videos, ¡o! regresan a casa comen cosas muy malas y juegan a juegos-videos, sí (.) nomás (sic), entonces y se acuestan a las cuatro y después “ah, pues estoy cansado”, “ah, pues sí, claro”. Eso es el cotidiano de ellos. Cualquier cosa que se sale de eso, para mí es bueno. Ver nuevas cosas, hablar con otras personas, sí, otro idioma, porque igual aquí francés o árabe, porque casi todo el mundo es de región musulmana, es eso o es eso, una o dos personas, tenemos dos o tres indios, creo, paquistanos (sic), pero la mayoría ‘magrebina’ o africana, sí, también de África.

Entonces, intento, a ver, yo cuando puedo, decirles que todo se puede, solo hay que trabajar, claro” (.) Nadie les va a dar nada, eso sí, y además a ellos porque aquí como es colegio REP+, más difícil, entonces cuando van a llegar a otro liceo, “usted viene de aquí, de Orly”, Orly una ciudad que a nadie le gusta, sí que cuando uno dice “trabajo en Orly o vivo en Orly”, “uyyy, es que no pudiste ir a otra parte”.

**3. ¿Cuáles son los objetivos generales de las Asociaciones Deportivas en este colegio?**

R/ Es que están en, tenemos que renovarlos, porque el Proyecto de Deporte también lo tenemos que renovar, entonces el que tenemos ya no está de actualidad. Pero va a estar preparado para el regreso. Apenas lo terminamos te lo mando.

**4. ¿Cómo son los entrenamientos de las Asociaciones Deportivas en este colegio?**

R/ Pues más o menos como (.), como una clase de deportes. Los chicos llegan... La diferencia es que en clase pues todos vienen aquí frente al profe, eh, y después aquí el profe va a explicar “bueno hoy vamos a hacer eso y esto, bueno, vamos a poner tal o tal cosa de esta manera y vamos a trabajar...”. La asociación hay un poco más de autonomía, entonces por ejemplo para mí, yo funciono en la escalada, yo entreno la escalada, entonces llegan, no llegan al mismo tiempo porque terminaron aquí a las 12 y media, pues regresan a casa, van comer y tienen que llegar a la 1 y media, entonces hay unos que llegan a las, así a la 1:20, 1:25, sí llegan entre 5 y 10 minutos después de 20, 35 y 40. Entonces llegan, y ya les digo “pues ya conocen”, después de unas semanas ya saben cómo instalar todo lo que se necesita. Entonces cuando llegan de uno a uno, pues yo les digo “bueno, ya saben cómo hacer”, entonces instalan todo, después se calientan, sí, físicamente (.) y cuando ya todo el mundo ya llegó, pues yo, yo entro y bueno, ok, todo el mundo está ya caliente, sí, listo, articulaciones, musculación, todo está bien, entonces listo “hoy vamos a hacer eso, eso, eso; dos grupos...”. Porque nosotros en escalada, entonces trabajo con otro colega entonces hicimos dos grupos: uno para las competiciones y uno para el placer, si solo... hay objetivos particulares. Y listo, entonces ya hoy vamos a hacer eso, los grupos son esos, tú, tú, tú y tú, y el trabajo es tal cosa. ¡Listo, vamos! Y trabajan y yo solo paso verifico y tal, claro todo el equipamiento y la seguridad, pero “bueno esto está mal hecho, tienes que pensar en moverte de tal manera o de tal manera” (.).

Doy unos consejos, pero no tengo que eh actuar en (.) ¿cómo decir?, en el grupo, sí, en mantener un grupo en trabajo, ellos trabajan de sí mismo. Es más fácil que en clase, porque en clase “ay, no puedo, no quiero, me duele aquí, tengo tal...”. ¡No! Aquí es un curso obligatorio, como todos los otros, tienes que hacer. En la asociación vienen porque les gusta. Entonces, es un poco más fácil de (.), de funcionar con ellos. Es “listos, ok”, “Señor, ¿puedo ir a hacer tal cosa?”, “pues sí puedes”, pues la autonomía sí que está muchísimo más trabajada y en acción, en la asociación deporte... Ellos instalan todo, saben más cosas, igual vamos un poco más lejos porque, porque o son menos, sí, un grupo

más pequeño que en clase, o somos dos profes, entonces también más fácil, eh pues dejar un grupo solo porque yo sé que mi colega está con él, en clase no puedo dejar a alguien solo, sí, tengo que ver siempre toda mi clase.

Entonces, ellos sí los de la asociación saben más cosas. Por ejemplo, en la escalada, saben verificar el equipamiento a ver si está dañado o no (.). En curso normal, nosotros verificamos antes, “bueno todo esto lo pueden utilizar, esto no”. Ellos, los vamos aprendiendo poco a poco, “bueno que ustedes van a coger la cuerda y van a hacer tal y tal movimiento para ver si funciona, si está bien, y si en un momento cuando ustedes están practicando ven tal o tal cosa que no está normal, pues nos llaman, porque tenemos que verificar a ver si hay algo peligroso”. En clase eso no se hace. En clase, nosotros hacemos (.) eh somos más presentes, físicamente y mentalmente. Sí, siempre, es por eso que uno sale...

Asociación uno se puede alejar un poco y dejarlos a ellos trabajar, y (.) en la asociación se trabaja también los roles de entrenador, de juez, de árbitro, sí... Eso se hace en clase también, pero en la asociación de una hay +diplomas+, +que se pueden pasar+, sí, para o entrenar, o hacer el juez, o el árbitro. Diploma de la Educación Nacional, sí, claro, que hay unos diplomas para ser... Yo puedo ahora arbitrar al nivel departamental, regional o nacional, o sea, todos los torneos hay los profes de deporte, pero casi siempre los que arbitran son los alumnos. Y hasta la final del Campeonato Nacional, pues el árbitro es un alumno. Claro, que trabajó, que tiene los diplomas, que sí (.) los profes verificaron que podía hacerlo, pero así es. Entonces, eso se desarrolla de manera muchísimo más importante que en clase. En clase se hace, pero bueno, verificar que los 25 de la clase arbitran todos al mismo nivel es complicado, aquí llevas 10-15 alumnos, pues ahí todos y todos no son los que quieren, sí, también. Tengo, yo tengo, cuando voy a un torneo, tengo que presentar a un árbitro, pero cuando yo entreno las primeras veces: “bueno, quién quiere ayudar este año a arbitrar también, a practicar, sí, pero también a arbitrar”, “¡ah pues, yo quiero!”. Bueno, uno solo o dos, nomás (sic), y te voy a preparar y voy a trabajar con ellos. Claro.

**4.1. ¿Los encuentros con otros colegios son competitivos?** R/ Casi siempre. Se puede hacer y, por ejemplo, antes del confinamiento, bueno eh, había previsto un encuentro con un colegio que está al lado pero, un torneo, pero no oficial (.) para prepararlos. +Se puede hacer también+. Pero casi siempre sí, algo ya, las fechas ya están desde septiembre todos

los profes saben que tal fecha de septiembre, tal de octubre hay un torneo y ahí si quieres calificar para el nivel superior, pues tienes que estar ahí.

Cada año en septiembre, aquí funcionamos en distritos, sí, entonces eh los profes de, del distrito nuestro, pues en septiembre o (sic) octubre, final de septiembre, hay una reunión de todos los profes de deporte y ahí se, se prepara todos los torneos de todos los deportes que están en el distrito, sí. Entonces, yo voy para mi deporte, pero los de aquí, por ejemplo, van para el fútbol, el otro va para el baloncesto, yo voy para la escalada... Entonces, primera reunión general: cómo funcionamos el año pasado, cuáles son los resultados, na na na (expresión utilizada) y cuando ya está: “bueno, ahora los profes de fútbol aquí se ponen para preparar los torneos del año, los de baloncesto, lo de na na na...”; y al final del día +pues ya+ listo. Eso se prepara y el, el referente, sí, del distrito pues recupera todo, para él darlo al referente regional que lo va a dar, sí, para que haga al final la unión, la asociación nacional...

Pues sí yo tenía las competiciones del año pasado los miércoles, los miércoles son los días de... La asociación es el miércoles, entonces o te entrenas, o si tienes torneo vas al torneo. Es muy raro, +rarísimo+, que sea otro día. Lo que se puede hacer es que si tienes que ir lejos, entonces las clases por ejemplo de las 11 a las 12 pides la autorización al jefe y los que tienen el torneo pues no tienen clases, y así tú te puedes ir a las 11 y media, o algo así, pero todo tiene que estar firmado por el jefe, me voy a tal lugar, con tal y tal y tal alumno, “¿puedo?”, “sí señor, tú tienes la autorización, la responsabilidad, o tienes que llegar a tal hora, regresar a tal hora”.

Lo único que puede pasar, que sea otros días, es cuando te vas varios días. Entonces, ya estás llegando a un nivel nacional. Yo me fui varias veces una semana, porque el Campeonato Nacional, sí, para ver quién sería el campeón de Francia de fútbol, eso era unos años antes, pues teníamos una semana en Bretaña o al norte de Francia, entonces te ibas toda una semana con hotel, con buses, con... Esos son los únicos momentos en el que se puede hacer otro día...sí nivel nacional, los mejores, los que se calificaron por cada academia, una semana, todos juntos, y al final el ganador es el campeón de Francia.

##### ***5. ¿Cómo es la preparación de los profesores?***

R/ Es en la formación que uno recibe en los 5 años de la facultad, pues te preparan en dar cursos, sí, y después +ya+ como sabes preparar cursos, entonces puedes entrenar en cualquier deporte.

No es especialmente para la Asociación Deportiva, es para el profe de deporte que quiere mejorar su conocimiento de tal o tal deporte, entonces todo el año, se llama el PAF (.) y te inscribes y tú puedes ir a 3 formaciones durante el año (.). El jefe tiene igual que aceptar las tres, yo hice dos en escalada y una en step. Entonces, y cada año puedes ir, y cada año yo voy a 3 formaciones si puedo y ahí uno ve otros colegas, sí, entonces también puedes hablar con ellos: “¿cómo tú haces? ¿Cómo tú funcionas”?, “ay, no había pensado en esto, claro, eso es una buena cosa”. Y pues hay un referente, un profe de deporte referente de esa práctica, que nos da curso durante dos días, casi siempre son dos días, sí, y ahí como funcionar en tal nivel de clase, yo les propongo trabajar de tal manera, sí, eso se puede. Y después, si quieres más, es algo que tienes que encontrar de manera personal.

En el colegio hay uno o dos coordinadores, dependiendo de cuántos profes somos, hasta cuatro profes solo hay un coordinador, y después de 4 son 3, y después yo creo de 7 u 8 son 3. Entonces, esos preparan las instalaciones en las que vamos a trabajar porque trabajamos con el alcalde. Entonces el alcalde nos dice, el gimnasio está libre tal y tal día, nomás (sic) porque... el estadio de fútbol tal y tal, porque lo dice a nosotros pero también a los otros colegios. Entonces hay después “yo quiero el gimnasio el lunes de tal fecha”, “ah bueno yo también”, “ah bueno pues cómo podemos hacer”, pues te dejo este y...”. Entonces es preparar eso con los otros colegas y el alcalde (aquí son dos coordinadores), ellos preparan eso, también el horario de trabajo para cada profe de deporte, pues nosotros pedimos, sí: “Yo quiero trabajar, prefiero tal y tal día”, entonces puedes hacer que yo trabaje solo tal y tal día, por ejemplo yo no trabajo el viernes, entonces hemos hecho en función de eso. Se prepara eso, él se ocupa de las reuniones, pues cuando hay reuniones con el alcalde, se puede hacer durante el año ellos van. Eh, normalmente, son ellos también que hacen el puente entre la dirección y nosotros, y los profes, bueno aquí todo el mundo lo hace. Entonces, si cuando yo quiero voy a ver a los jefes, sino paso por mi coordinador. Ellos son los que se ocupan de mandar, de comprar los equipamientos de deporte también.

**- PROMOCIÓN DE VALORES DENTRO DE LAS ASOCIACIONES DEPORTIVAS**

**1. *¿Existe algún documento normativo que indique la promoción de valores a través de las Asociaciones Deportivas? (En caso de sí: ¿Cuál o cuáles? ¿Quién hace las modificaciones pertinentes que se requieren con el paso del tiempo?)***

Sí, sí, porque tenemos un funcionamiento que está preparado por el ministro, sí, entonces algo, sí muy largo y un poco difícil de entender unas veces (.) y otras veces, bueno +no se puede hacer todo+. Entonces, ellos te dicen: “lo bueno para un colegio es hacer eso, y después ustedes, en tu colegio, escoges lo más importante en función del tipo de, de alumnos que tienes”. Entonces nosotros sí, la autonomía, el respeto eso es algo que cada año está, tenemos que trabajar eso... Eso está en el proyecto de deporte...

**1.1. *¿Son los profes quienes renuevan el proyecto?*** R/ Sí. Claro con la colaboración de la dirección, sí, pero nosotros lo hacemos y después lo presentamos a ellos. Ellos durante la preparación, o la renovación, no nos ayudan.

**2. *¿Cuáles son los principales valores que se trabajan? ¿Por qué?***

R/ Autonomía, respeto, esfuerzo. Entonces que sea respeto entre humanos, entre alumnos (.) y respeto a las reglas. Bueno, casi ahí te doy las tres y no va a haber mucho más, creo, porque a esas tres (.), ya es muchísimo trabajo...

Pues por el (...). Entonces, nosotros cuando tenemos que encontrar una manera de trabajar, siempre nos, nos... utilizamos lo que necesitan los alumnos. Entonces, cuando entras aquí y haces un curso con ellos pues ves que, +que+ <sonríe> faltan de eso, que eso es lo más importante, faltan de respetar a las reglas, porque, como te decía antes, que para ellos es una justicia propia y no general. Entonces, siempre es sacar lo que ellos necesitan y de eso nosotros vamos a preparar trabajo para llegar a este punto.

**3. *¿Cómo se ha gestionado la promoción de valores a través de las Asociaciones Deportivas? ¿Desde qué actores, métodos y técnicas? ¿Qué medios se utilizan para promover valores?***

R/ Entonces puede ser tú solo en tu clase o preparar un programa con otros profes, sí, para que yo lo hago en mi curso, pero tú también en matemáticas, tú también en historia, eso se puede hacer...

¿Cómo yo hago? Pues (.), repetir de manera física, o sea el mismo ejercicio porque quiero que ellos repitan, repitan, repitan; o mi vocabulario, cada vez que los veo, por ejemplo, solo +saludar+, sí, pues ellos algunos días no te van a saludar porque no quieren, no están de... Entonces bueno, “oiga, para, buenos días”, “ah sí, Señor, buenos días”. Entonces, como un martillo y una puntilla, sí, darle, darle y darle hasta que entre. Eh, <pensando>, cambiar los grupos de funcionamiento, o sea en mi clase hay unos días digo: “bueno, se pueden meter con cualquier persona, entonces los amigos, sí, grupillos de amigos”, y otro día: “bueno ya, hoy no, hoy tú, tú y tú”, porque sé que no hablan, que él está mejor entonces él te va a ayudar, sí. Entonces, cambiar los grupos, eh y también pues los ejercicios, para lograr el ejercicio pues se necesita, por ejemplo, autonomía, sino llegas a trabajar +solo+, no puedes lograr... o se necesita ayuda de un colega, entonces si tú quieres trabajar solo, pues ahí no se puede funcionar porque se necesita a otra persona. Entonces, por utilizar, sí, el ambiente, que sea material, humano, social, mental...

## **- GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ASOCIACIONES DEPORTIVAS**

***1. ¿Existe algún documento normativo con indicaciones para la comunicación de las Asociaciones Deportivas? (En caso de sí: ¿Cuál o cuáles? ¿Quién hace las modificaciones pertinentes que se requieren con el paso del tiempo?)***

R/ Eh, no creo que -tengamos eso-. Lo estamos pensando, en preparar como una (sic) video, sí, porque hay un sitio del colegio, todo está presentado, no solo la asociación todo el funcionamiento del colegio, y por el momento, voy a verificar ahora <busca en internet, en el ordenador>, pero no creo que hayamos preparado algo... No veo nada por el momento...

***1.1. ¿Les vendría bien la propuesta de mi proyecto de investigación?*** R/ Ah, se puede utilizar, +claro+, ¡claro, claro que sí! Pues ahí sí, a nosotros nos cae bien.

***2. ¿Qué acciones de comunicación se realizan? ¿Se han realizado acciones en las redes sociales digitales para promover valores? (En caso de sí: ¿Cuál o cuáles? ¿Quién o quiénes las han realizado?)***

R/ En la asociación, no.

**3. *¿Cuál es su opinión sobre el uso de las redes sociales digitales en la adolescencia?  
¿Las redes sociales digitales podrían utilizarse como medio para promover valores?***

R/ Para mí las redes sociales son un problema durante la adolescencia porque mantienen a los jóvenes en esa idea que todo se obtiene rápidamente, sin esfuerzo y que es la realidad. Ellos viven en dos mundos diferentes. El verdadero, donde hay que trabajar, esforzarse y aceptar sus fallas.

Las redes podrían promover valores, pero debería ser algo respetando las reglas de ese mundo: corto, simple, visual y fuerte para imprimirse en sus mentes.



### Anexo 3. Aplicación de la Observación no participante

Fecha y hora	Lugar	Contexto de observación	Sujetos participantes	Aspectos observados
Puntualizar fecha y hora.	Describir brevemente el lugar donde se desarrolla la actividad.	Definir el tipo de actividad observada.	Caracterizar a los participantes.	<p>- Evaluar la relación entre alumnos y la relación profesor-alumno. Escala aplicada:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Muy buena (5)</li> <li>▪ Buena (4)</li> <li>▪ Regular (3)</li> <li>▪ Mala (2)</li> <li>▪ Muy mala (1)</li> </ul> <p>- Valores trabajados durante la actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificar valores trabajados por la AS</li> <li>▪ Describir el método utilizado</li> <li>▪ Precisar los medios empleados</li> <li>▪ Medir impacto causado en los/las adolescentes. Clasificación:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Muy positivo (5)</li> <li>○ Positivo (4)</li> <li>○ Neutro (3)</li> <li>○ Negativo (2)</li> <li>○ Muy negativo (1)</li> </ul> </li> </ul>
23-09-2020 13h30-16h00	Gymnase du Collège Robert Desnos	Clase introductoria a la Escalada (puertas abiertas)	2 profesores (ambos jóvenes) 15 alumnos (7 chicas y 8 chicos)	<p>-Se explican las reglas, técnicas y procedimientos de la actividad escalada y su puesta en práctica. Se abre un espacio para dudas y preguntas. La actividad se realiza generalmente en grupos de 2 ó 3 personas.</p> <p>-Relación entre alumnos: buena (se ayudan entre ellos, se explican las orientaciones), hay subgrupos de amigos (generalmente juegan en el mismo equipo).</p>

			<p>*Hay representación de todos los niveles educativos (6ème, 5ème, 4ème, 3ème).</p>	<p>-Relación profesor-alumno: buena (aunque muchas veces los alumnos se distraen y hay falta de atención por su parte; se comunican bien, explicación ante dudas e inquietudes).</p> <p>-Valores trabajados: disciplina, respeto, colaboración, trabajo en equipo.</p> <p>-Métodos: oral y práctico (explicación, repetición y demostración de las conductas y actitudes a tener en clase). Por ejemplo: se les explica el ejercicio varias veces antes de ponerlo en práctica, y no se pueden realizar acciones sin la autorización del profesor, sobre todo teniendo en cuenta que es un deporte de riesgo, lo cual no siempre se cumple. Entre alumnos se revisan y corrigen el material para la escalada, algunos esperan la supervisión del profesor, el resto se precipita para comenzar a escalar. Son regañados por el profesor.</p> <p>-Medios empleados: equipamiento de escalada (zapatillas, cuerdas, etc.) y el muro de escalada.</p> <p>-Impacto causado en los/las adolescentes: positivo (en general, hay una respuesta positiva a estos valores). Valores mostrados por los adolescentes: respeto, colaboración, trabajo en equipo, los cuales se deben seguir trabajando porque hay momentos en que no se respeta la orientación del profesor y no se muestra el trabajo en equipo (no se presta atención al compañero que está escalando y que depende del compañero que sujeta la cuerda), por lo que el profesor les habla fuerte y seriamente, mencionando los riesgos de una caída en este deporte. Además, tienen problemas de disciplina, pues conversan mucho entre ellos, sobre todo en momentos que deben estar concentrados en la actividad.</p>
30-09-2020 15h00-16h00	Gymnase Robert Desnos (fuera del centro escolar)	Entrenamiento de Baloncesto	<p>1 profesor (joven)</p> <p>25 alumnos (10 chicas y 15 chicos)</p> <p>*Hay representación de los niveles:</p>	<p>-Se brinda la oportunidad a los alumnos de escoger los integrantes de sus equipos, formando un total de 4 equipos, que deben jugar en dos terrenos diferentes (uno es más pequeño que el otro), poniendo en práctica las técnicas y reglas del baloncesto.</p> <p>-Relación entre alumnos: buena, se divierten jugando, hay subgrupos de amigos (generalmente juegan en el mismo equipo).</p> <p>-Relación profesor-alumno: buena (se comunican bien, explicación ante dudas e inquietudes). En varias ocasiones el profesor habla en privado con algunos alumnos que se molestan y faltan el respeto por no estar de acuerdo con las decisiones del profesor o de los árbitros (rol que juegan los</p>

			5ème, 4ème, 3ème.	<p>propios adolescentes), o cuando se molestan con ellos mismos porque no anotan puntos o no logran su objetivo (por ejemplo: fallo en un tiro a distancia de 3 puntos).</p> <p>-Valores trabajados: respeto, colaboración, colectividad, trabajo en equipo.</p> <p>-Métodos: oral (explicación de las reglas del juego y los cambios en los equipos) y práctico (mayormente relacionado con las faltas, el profesor hace la demostración en el terreno para que los jugadores comprendan mejor sus errores).</p> <p>-Medios empleados: los balones y el terreno de baloncesto.</p> <p>-Impacto causado en los/las adolescentes: positivo (en general, hay una respuesta positiva a estos valores). Valores mostrados por los adolescentes: trabajo en equipo, pero limitado por ciertos comportamientos individualistas, por ejemplo, no querer pasar el balón a un compañero, incluso cuando según la estrategia del juego es lo más pertinente. Se debe seguir trabajando el respeto, pues, aunque respetan las reglas del juego y, en general, a los jugadores, no hay respeto ante las decisiones del árbitro, las cuales son constantemente cuestionadas.</p>
07-01-2021 13h00-14h00	Gymnase du Collège Robert Desnos	Entrenamiento de Bádminton	1 profesor (joven) 5 alumnos (todos chicos)  *Hay representación de los niveles: 4ème, 3ème.	<p>-Se orienta a los estudiantes preparar la clase, es decir, el terreno de entrenamiento. Para ello, desplazan y colocan los materiales deportivos (las redes de bádminton, las raquetas, los volantes), siguiendo las indicaciones del profesor, aunque también de manera autónoma porque conocen el proceso.</p> <p>-Relación entre alumnos: buena, se divierten, se comunican los puntos anotados, aunque a veces no se ponen de acuerdo y consultan con el profesor.</p> <p>-Relación profesor-alumno: buena (se comunican bien, explicación ante dudas e inquietudes). Por lo general, se siguen las orientaciones del profesor durante el entrenamiento y se acepta la decisión del profesor ante las dudas de los puntos anotados, si bien en principio protestan y manifiestan que no están de acuerdo.</p> <p>-Valores trabajados: respeto (al profesor, a las reglas, al oponente), trabajo en equipo (al inicio para preparar la clase, durante el juego, al final para organizar y recoger el terreno).</p>

				<p>-Métodos: práctico, a través del juego individual (enfrentamiento uno a uno, rotación de los contrincantes) y colectivo (rotación de los equipos, cambio de los miembros de cada equipo); oral (explicación de dudas y corrección de errores).</p> <p>-Medios empleados: las redes de bádminton, las raquetas, los volantes (de plástico) y la pista rectangular.</p> <p>-Impacto causado en los/las adolescentes: positivo (en general, hay una respuesta positiva a estos valores). Valores mostrados por los adolescentes: respeto, aunque a veces durante el juego no respetan las reglas y no están de acuerdo con las decisiones del árbitro, si bien terminan aceptando la puntuación cuando es reafirmada por el profesor. También se niegan a trabajar en equipo y a colaborar para organizar y recoger el terreno al final del entrenamiento. Finalmente aceptan.</p>
--	--	--	--	--

#### Anexo 4. Imágenes de entrenamientos observados





## Anexo 5. Talleres-encuentros con adolescentes. Primera etapa.

### Presentación:

*Bonjour ! Merci d'être venus ! Je m'appelle Yarianys, je suis étudiante à l'université et je réalise un projet sur les valeurs, le sport et les adolescents, j'ai donc besoin de votre collaboration. L'objectif de cette dynamique est que vous partagiez vos idées à partir de quelques questions que j'ai préparées. Aucune idée n'est mauvaise, tout ce que vous dites est important pour cette recherche. Des doutes ? Commençons...*

Para lograr una mayor participación de la población adolescente, se seleccionan de manera aleatoria 4 alumnos por grupo para leer las preguntas y facilitar la interacción entre ellos.

### Anexo 5.1. Taller con el Grupo 1 (chicos)

**Tabla 1. Datos de la realización del taller**

Fecha	Lugar	Hora
29 de septiembre de 2020	Gymnase du Collège Robert Desnos	13h00

**Tabla 2. Datos de los participantes en el taller**

Nº.	Edad	Curso Escolar	Deportes que practica en la AS	Deportes que practica fuera de la AS	Deportes preferidos
1H	14 años	3ème	Bádminton CrossFit Fútbol Sala Baloncesto	Natación	Baloncesto Bádminton Fútbol Sala
2H	13 años	4ème	Fútbol Sala Baloncesto Bádminton CrossFit	-	Baloncesto Bádminton
3H	14 años	3ème	Baloncesto Fútbol Bádminton CrossFit	Boxeo	Baloncesto
4H	13 años	5ème	Bádminton	-	Bádminton
5H	12 años	5ème	Bádminton	Fútbol	Fútbol

### **Fragmento 1.**

#### ***1) Quelles sont vos motivations pour faire du sport ? Pourquoi faites-vous du sport ?***

1H : *Ehh, On commence par moi ?*

***Comme vous voulez...***

1H : *Je commence. Bah, mes motivations pour faire le sport c'est pour (.) c'est pour perdre, eh c'est pour gagner du temps, faire un peu des activités avant l'école, en effet.*

2H : *Moi...*

5H : *Umm, pourquoi je fais du sport ? Parce que (.) j'aime bien, et (.) c'est amusant, c'est bon pour la santé. <Algunos hacen comentarios entre ellos a la misma vez>*

2H : *Pour me divertir, eh c'est bon pour la santé et c'est tout.*

3H : *Eh moi, j'aime bien le sport, ça permet de perdre du temps (.) C'est... Quand on a rien à faire, on fait du sport, c'est tout.*

4H : *Parce que j'aime bien le sport, c'est bien pour la santé.*

***Tu voudrais ajouter quelque chose ?***

1H : *C'est la même. En effet, tout le monde a dit la même.*

### **Fragmento 2.**

#### ***1) Qu'est-ce que vous aimez dans l'AS ?***

2H : *Moi, j'aime bien être collectif, jouer en équipe et j'aime bien les sports qu'on propose.*

1H : *Moi aussi, j'aime bien jouer collectif. Eh (.), pourquoi je fais ça ? Parce que (.) parce que c'est bien. Eh, en fait, c'est que j'aimerais bien que change un peu c'est le temps, parce que (.) en fait (.) <2H repite : le temps>, s'il y a un peu de temps, on fait qu'une heure et après c'est le cours et voilà, c'est...*

5H : *Faire du sport.*

***Quel sport ?***

5H : *Le Footsal et (.) badminton.*

***Qui d'autre ?***

2H : *Moi, j'ai déjà fait ...*

3H : *Bah, je trouve, comme le numéro (.), comme le numéro 2 <hace referencia al 1H>, que n'a pas si de temps pour faire du sport et c'est tout.*

#### ***2) Qu'est-ce que vous n'aimez pas dans l'AS ?***

1H : *C'est que je n'aime pas dans l'AS, bah, c'est le temps, quoi, +c'est trop+ (.), en fait, on fait une heure, après qu'on finit manger à la cantine et directement il y a, c'est bien il y a directement le sport, mais après on doit retourner directement en classe.*

2H : *Eh, moi pareil... le temps.*

5H : *Le temps.*

4H : *Moi aussi, le temps.*

<Todos rien a la vez >



3H: *Moi, le temps.*

### **3) Quelles améliorations apporteriez-vous à l'AS et comment ?**

1H : *Le temps.*

2H : *Le temps.*

<risas>

2H : *On enlève des cours. +On enlève des cours+.*

1H : *Comment qu'on enlève des cours ? Ah, oui, on peut décaler des cours.*

2H : *On finit à 11h30 (bbbb).*

1H : *En fait, on aimerait bien que ça soit, par exemple, on finit les cours, par exemple : on commence le matin à 8h30, non, on commence le matin à 8h15, un truc comme ça, on finit à 9h, après on fait 9h-10h20, après on fait 11h jusqu'à 11h30, à 11h30 on mange à la cantine. NON, non, on finit à midi, midi pile. Là, à midi on arrêt la cantine, après de midi trente à 13h, à 14h, là on fait badminton ou le sport, là ça dure au moins une heure trente, pas une heure. Mais, les gens, on décale un peu l'heure. Mais, là, le temps de mettre les matériels, plus le temps de jouer, plus le temps de ranger les matériels, on tire au moins 30 minutes de jeux plus 15 minutes à ranger.*

***Il y a autre chose ?***

3H : *Non, c'est bon.*

2H : *C'est bon.*

### **Fragmento 3.**

#### **1) Quelles sont les valeurs observées dans l'AS ?**

2H : *-La collectivité-.*

5H : *C'est bien (.), on travaille ensemble.*

3H : *Le respect, au matériel aussi...*

2H : *La collectivité.*

1H : *Je n'ai rien à dire. Tout le monde a dit déjà tout. <Lo dice riendo>*

***C'est bon ?***

3H : *Oui, c'est bon.*

### **Fragmento 4.**

#### **1) Comment communiquer des valeurs aux adolescents ? Que pouvez-vous faire pour partager ou parler des valeurs avec d'autres adolescents ?**

2H : *Le respect.*

3H : *Avec le sport.*

2H : *+Le respect+.*

3H : *Avec le sport on peut expliquer des trucs comme la solidarité ou, bah, le respect.*

***Autre manière ?***

1H : *C'est bon.*

3H : *C'est bon.*

5H : *C'est bon, oui.*

## Anexo 5.2. Taller con el Grupo 2 (chicas)

**Tabla 1. Datos de la realización del taller**

Fecha	Lugar	Hora
30 de septiembre de 2020	Gymnase Robert Desnos	14h25

**Tabla 2. Datos de los participantes en el taller**

Nº.	Edad	Curso Escolar	Deportes que practica en la AS	Deportes que practica fuera de la AS	Deportes preferidos
1M	11 años	5ème	Baloncesto	-	Baloncesto Natación Fútbol
2M	13 años	4ème	Baloncesto	-	Baloncesto Fútbol
3M	13 años	4ème	Baloncesto	-	Baloncesto Boxeo
4M	14 años	4ème	Baloncesto	Danza	-
5M	14 años	3ème	Baloncesto	Boxeo inglés	Fútbol Danza Baloncesto
6M	SR*	3ème	Baloncesto CrossFit	Baloncesto	Baloncesto Fútbol

\*Sin respuesta.

### **Fragmento 1.**

#### ***1) Quelles sont vos motivations pour faire du sport ? Pourquoi faites-vous du sport ?***

3M : *Parce que c'est un passe-temps.*

5M : *Pour se dépenser.*

<Hablan varias a la vez>

1M : *Motiver.*

4M : *C'est quoi la question déjà ?*

<La investigadora repite la pregunta>

4M : *Ah, pour être en bonne santé.*

2M : *Ça c'est pour se déstresser et quelques fois se dépenser* <habla muy bajo y no se entiende>.

#### ***Tu peux répéter un peu plus haut, s'il vous plaît ?***

2M : *J'ai dit que le sport, ça peut faire déstresser-parfois un peu-.*

**Fragmento 2.****1) *Qu'est-ce que vous aimez dans l'AS ?***

4M : *Les sports.*

3M : *Moi aussi, les horaires. Parce qu'au club, on a des horaires pas très bien pour nos cours.*

2M : *Oui, c'est tard.*

5M : *On est avec tous nous copains et copines (bbbb).*

2M : *Aussi on commence être (bbbb), on a des copains et copines. Imaginez, il y a des gens parfois qui ne sont pas d'Orly, qui sont d'une autre ville et qui viennent ici.*

3M : *C'est bon.*

**2) *Qu'est-ce que vous n'aimez pas dans l'AS ?***

4M : *On n'aime pas... rien.*

3M : *Tout est bien.*

6M : *C'est parce que (.), eh, comme on a des niveaux différents, ils font tous au même niveau et pas de différents niveaux.*

**3) *Quelles améliorations apporteriez-vous à l'AS et comment ?***

2M : *Mettre de niveaux différents.*

4M : *On peut mettre des tenues adap (sic)... adaptées pour le basket.*

1M : *Oui, pour les matches.*

2M : *Ouies...*

(bbbb)

3M : *On'a...*

6M : *Mais on'a.*

4M : *Des nouveaux ?!*

3M : *On n'a pas des nouveaux.*

4M : *Ah !*

**Fragmento 3.****1) *Quelles sont les valeurs observées dans l'AS ?***

6M : *On est solidaires entre nous, quand il y a des matches on s'encourage.*

<Silencio>

5M : *Ummm, le respect aussi...*

**2) *Quelles sont les valeurs que les adolescents doivent avoir ?***

3M : *Le respect, les encouragements.*

6M : *Le fair-play.*

***Qu'est-ce que ça veut dire ?***

6M : *Le fair-play c'est (.), même si on perd on respect les perdants (en lugar de decir : les gagnants) et si on gagne on respect les perdants.*

**Fragmento 4.**

***1) Comment communiquer des valeurs aux adolescents ? Que pouvez-vous faire pour partager ou parler des valeurs avec d'autres adolescents ?***

6M : *Eh, leur faire faire (sic) du sport collectif.*

3M : *Parler entre nous.*

6M : *Etre sociable.*

1M : *Etre respectueux, RESPECTUEUX.*

3M : *Faire d'affiches.*

**Anexo 5.3. Taller con el Grupo 3 (chicas y chicos)**

**Tabla 1. Datos de la realización del taller**

<b>Fecha</b>	<b>Lugar</b>	<b>Hora</b>
30 de septiembre de 2020	Gymnase Robert Desnos	14h40

**Tabla 2. Datos de los participantes en el taller**

<b>Nº.</b>	<b>Edad</b>	<b>Curso Escolar</b>	<b>Deportes que practica en la AS</b>	<b>Deportes que practica fuera de la AS</b>	<b>Deportes preferidos</b>
1M	11 años	SR*	Baloncesto	-	Fútbol Baloncesto Piscina
2M	SR*	SR*	Baloncesto	Sale a correr	Baloncesto
3M	13 años	4ème	Baloncesto Fútbol Sala Escalada	-	Fútbol Sala Baloncesto
4H	12 años	5ème	Baloncesto**	Natación	Natación Baloncesto Equitación
5H	14 años	3ème	Baloncesto Fútbol Bádminton CrossFit	Fútbol	Fútbol Baloncesto Natación Equitación
6H	12 años	4ème	Baloncesto Bádminton	Baloncesto Hits Tenis	Baloncesto Fútbol Tenis Natación
7M	14 años	4ème	Baloncesto	-	Fútbol Baloncesto
8M	13 años	SR*	Baloncesto Escalada	Natación	Baloncesto Fútbol
9H	14 años	3ème	Fútbol	Natación	Fútbol

			Baloncesto		Baloncesto Boxeo Natación
--	--	--	------------	--	---------------------------------

\*Sin respuesta.

\*\*No lo escribe, pero lo practica.

### **Fragmento 1.**

#### ***1) Quelles sont vos motivations pour faire du sport ? Pourquoi faites-vous du sport ?***

3M : *Bah, parce que j'aime bien le sport, ce n'est pas une motivation, ce juste que j'aime bien. J'aime bien le basket eh...*

8M : *Pareil.*

7M : *Pareil.*

9H : *C'est pour m'amuser (.), et moi aussi j'aime bien le sport.*

5H : *Pareil.*

4H : *+Pour s'amuser+, pour s'amuser en dehors de chez nous, du collègue.*

9H : *Pour être avec ses amis.*

1M : *J'aime (bbbb).*

### **Fragmento 2.**

#### ***1) Qu'est-ce que vous aimez dans l'AS ?***

8M : *On s'amuse.*

7M : *On s'amuse.*

8M y 7M : *On s'amuse.*

3M : *On fait des compètes contre les autres collèges.*

9H : *Beaucoup de choses...*

(bbbb)

5H : *On s'amuse.*

#### ***2) Qu'est-ce que vous n'aimez pas dans l'AS ?***

8M : *Eh (.), -j'aime tout-. +J'aime tout+.*

3M : *Il manque, par exemple, les titulaires eh (.), il manque des titulaires et des remplaçants, au moins l'équipe, elle sera mieux renforcée.*

5H : *Il y a des mauvais arbitres.*

3M : *Il y a des gens qui sont très perso...*

8M : *Je suis d'accord. <Se refiere al comentario de 5H>*

7M : *Moi aussi. <Se refiere al comentario de 5H>*

3M : *J'ai dit : il y a des gens qui jouent trop perso, ils jouent en solo, pour ça j'ai dit : il faut des titulaires et des remplaçants aussi.*

9H : *Quand c'est annulé... (bbbb).*

### **3) Quelles améliorations apporteriez-vous à l'AS et comment ?**

3M : *Bah, c'est qu'on a dit qu'on n'aime pas.*

5H : *L'arbitrage.*

3M : *Que ce ne soient pas des enfants qui arbitrent et non... et des vrais arbitres.*

4H : *Les adultes.*

8M : *Ah, bah, pareil, adultes.*

3M : *Ah, il y a un truc que j'ai oublié... +Il y a un truc que j'ai oublié+, et aussi il y a un truc que je n'aime pas c'est aussi qu'il y a que le mercredi, et ça sera mieux qu'il y ait plus des jours (...). Ça sera mieux qu'il y ait en deux jours, par exemple... <alguien habla en voz baja> eh ?*

5H : *Samedi.*

<Algunos rechazan la idea por ser fin de semana, prefieren entre semana. Hablan a la vez>

6H : *Comme mardi et jeudi.*

### **Fragmento 3.**

#### **1) Quelles sont les valeurs observées dans l'AS ?**

9H : *Le respect.*

5H : *Collectivité.*

3M : *Eh, comment s'appelle ? Pas de, pas de favoritisme, par exemple : si tu es arbitre de ton équipe, comment s'appelle ? (.) Quand tu arbitres, quand tu es de ton équipe, mais tu arbitres aussi des autres équipes, tu dois pas (sic) faire des préférences pour ton équipe, tu dois arbitrer bien. (.) L'honnêteté.*

8M : *C'est pareil.*

#### **2) Quelles sont les valeurs que les adolescents doivent avoir ?**

5H : *Le respect.*

9H : *Polis.*

3M : *Eh, tous qu'était avant parce que c'est la même chose pour les adultes et les ados... oui, mais sur tout eh (.) La collectivité, parce que c'est un principe du basket, c'est un sport collectif.*

5H : *Etre un bon perdant...*

***C'est difficile !?***

5H : *Non, +c'est dur+...*

9H : *Accepter les autres, même s'il y a des personnes que ne sont pas bons, bah, les recevoir...*

**Fragmento 4.*****1) Comment communiquer des valeurs aux adolescents ? Que pouvez-vous faire pour partager ou parler des valeurs avec d'autres adolescents ?***

9H : On doit respecter ces valeurs... (.) On doit respecter ces valeurs pour que les gens les voient sur nous.

8M : *Je suis d'accord.*

3M: *Que ce soient les adultes qui leur parlent comme ça c'est plus crédible, eh (.) C'est pas (sic) ils nous le demandent, ils donnent ++un ordre++ et comme ça on le fait. Eh, si on le fait pas (sic), on a une punition, en tout cas ça...*

***Autre chose ?***

3M : *Des affiches.*

4H : *En communiquant.*

9H : *Parler avec eux.*

4H : *De bouche à oreille... C'est quand on dit à quelqu'un, et quelqu'un va redire à quelqu'un, et comme ça...*

3M : *Des messages et des réseaux sociaux.*

***Par exemple ?***

3M : *Snap.*

4H : *+Whatsapp+.*

9H : *Il y a plusieurs choses.*

5H : *Oui, mais ils l'ont déjà dit.*

4H : *Skype !*

5H : *Messenger.*

4H : *Facebook.*

9H : *Instagram.*

3M : *Oui, c'est bon, on peut dire tous les réseaux sociaux. <Se ríe>*

4H : *Twitter.*

## Anexo 6. Talleres-encuentros con adolescentes. Segunda etapa.

### Anexo 6.1. Taller con el Grupo 4 (chicos y chicas). Primera parte.

**Tabla 1. Datos de la realización del taller**

Fecha	Lugar	Hora
14 de octubre de 2020	Gymnase du Collège Robert Desnos	13h15

#### 1) Presentación de la investigadora y su proyecto:

*Bonjour ! Merci d'être venus ! Je m'appelle Yarianys, je suis étudiante à l'université et je réalise un projet sur les valeurs, le sport et les adolescents, j'ai donc besoin de votre collaboration. L'objectif de cette dynamique est que vous répondez honnêtement à quelques questions que je vais vous poser. Également, participez et partagez vos idées sur les thèmes abordés. Aucune idée n'est mauvaise, tout ce que vous dites est important pour cette recherche. Des doutes ? Commençons...*

#### 2) Presentación de los miembros del grupo:

Cada miembro del grupo responde a un breve cuestionario, el cual permite conocer algunas informaciones personales de la población adolescente que son claves para nuestra investigación: la edad, el nivel escolar, el sexo, el país de nacimiento, los orígenes y los idiomas que hablan, así como los deportes que practican dentro y fuera de la *Association Sportive* y sus deportes favoritos.

**Tabla 2. Datos de los participantes en el taller**

Nº.	Nombre	Edad	Curso Escolar	País de nacimiento	Orígenes	Idiomas	Deportes que practica en la AS	Deportes que practica fuera de la AS	Deportes preferidos
1 M	Jannah	13 años	4ème	Francia	Argelia	Francés Árabe	Escalada Baloncesto	-	Fútbol Baloncesto Escalada
2 M	Louna	13 años	4ème	Francia	Túnez Uruguay	Francés Español	Escalada	Danza	Danza Escalada
3H	Wassim	13 años	4ème	Francia	Argelia	Francés Cabilio	Bádminton	-	Bádminton Baloncesto



							Escalada Baloncest o CrossFit		Escalada
<b>4H</b>	Melvin	11 años	6ème	Martinica	Martinica	Francés Creole	Escalada	Escalada	Escalada
<b>5H</b>	Aldurrah -man	13 años	4ème	Francia	Turquía	Francés Turco	Escalada	-	Baloncest o Tenis de mesa
<b>6 M</b>	Amel	11 años	6ème	Francia	Marrueco s	Francés	Escalada	Danza Gimnasia	Danza Gimnasia Escalada
<b>7 M</b>	Maissa	11 años	6ème	Francia	Marrueco s	Francés	Escalada	Danza Gimnasia	Danza Gimnasia Escalada
<b>8 M</b>	Farah	11 años	6ème	Francia	Marrueco s	Francés	Escalada	Danza Gimnasia	Danza Gimnasia Escalada

Posteriormente, se desarrolla la actividad de *Rompiendo el Hielo* o *Ice Breaker* para que los miembros del grupo se presenten de manera oral, enunciando su nombre, su país de nacimiento y sus orígenes. Todos hacen su presentación de forma aleatoria. Para indicar su país y orígenes tienen como apoyo un mapa. La investigadora muestra el ejercicio poniéndose como ejemplo y hace su propia presentación.

### 3) Presentación del proyecto:

Para la presentación del proyecto, se expone que la meta es *crear una campaña de comunicación para promover valores a través del deporte, diseñada y producida por adolescentes*. En ese momento uno de los chicos decide abandonar el taller porque no se siente motivado, algunas chicas buscan otro chico que tampoco quiere porque prefiere hacer deporte, finalmente se une al grupo otra chica.

Posteriormente, se lanza la pregunta qué es una *campaña de comunicación* y algunos dan su propia definición.

5H : *Baeh, une campagne de communication c'est quand on hésite les gens à travers d'une affiche à faire quelque chose.*

Luego, la investigadora completa la definición y muestran algunos ejemplos de campañas dirigidas, o no, a adolescentes y jóvenes, en soporte impreso. Lamentablemente, no se realiza la exposición audiovisual por problemas logísticos de acceso a internet. La población adolescente ha sido capaz de identificar los mensajes que transmiten esas campañas y, en algunos casos, el emisor.

3H : *Si on fume, bah, on perdra les dentes.*

7M : *Si tu fumes tes poumons, ils peuvent devenir noirs.*

4H : *Les coiffures à la mode (...)*

4H : *Ça veut dire que c'est une publicité de Dominos que les pizzas sont les meilleurs (bbbb).*

A continuación, la investigadora hace algunas preguntas para conocer las opiniones sobre el proyecto y la implicación de la población adolescente con el mismo. De ahí el planteamiento de algunas cuestiones como: a) ¿Cuáles son vuestras opiniones sobre el proyecto? / \* *Que pensez-vous de ce projet ?*, b)¿Qué les parece la idea de participar en un proyecto como este, siendo los productores de una campaña de comunicación?/ \* *Que pensez-vous de l'idée de participer à un projet comme celui-ci, d'être les producteurs d'une campagne de communication ?*

**a) *Que pensez-vous de ce projet ?***

4H : *Je pense que c'est des belles eh (.) <7M pregunta otra cosa sin relevancia al mismo tiempo>, pour expliquer que le futur c'est eh (.) on prend soin du futur.*

2M : *Ça dépend du message qu'on fait passer, mais si c'est des bonnes valeurs, c'est une bonne méthode de faire passer un message parce que, en général, on n'écoute pas trop ce qu'on nous dit et ça fait se remarquer.*

**b) *Que pensez-vous de l'idée de participer à un projet comme celui-ci, d'être les producteurs d'une campagne de communication ?***

4H : *Je pense que c'est bien pour le... eh (.) pour la terre, pour la pollution... Moi, je pensais bien faire une publicité à faire attention eh (.), une campagne de communication de faire attention à la terre. Ne plus polluer la terre.*

5H : *Moi, à l'idée de participer à ce projet, je pense que de (.) qu'on participe à ce projet on devient un homme d'affaires il faut réussir dans la vie, donc je veux faire ++la meilleure campagne publicitaire++ pour les adolescentes.*

7M : *Donc, moi, je dirais que pour cette publi (sic) (.), cette publicité eh on pourrait dire d'arrêter de se comparer, contre le racisme, et tout, pour arrêter eh (.) voilà.*

**4) Presentación de los resultados de la primera etapa:**

Antes de mostrar los resultados obtenidos durante la primera etapa de talleres-encuentros, se plantean las preguntas concernientes a la temática de valores y acciones comunicativas para promover valores entre adolescentes.

En primer lugar, se aborda el tema de los valores dentro de las AS y en los adolescentes. El adolescente identificado como 4H lee las preguntas:

**a) *Quelles sont les valeurs observées dans l'AS ?***

2M : *L'entraide (.), de l'équipe.*

1M : -- *Collectivité--.*

5H : *Eh, j'ai oublié qu'est-ce que je voulais dire.*

2M : *Le fair-play.*

1M : *J'aime bien, j'aime bien eh (...) <risas>*

2M : *Gagner en équipe !*

1M : *Ah, oui, gagner en équipe, effectivement.*

5H : *Augmenter sa vie sociale et se faire plein d'amis, eh, bah, devenir premier en tous les sports.*

3H : *Déjà faire le sport !*

2M : *Se dépasser.*

**b) *Quelles sont les valeurs que les adolescents doivent avoir ?***

4H : *Je sais pas (sic)... déjà les adolescents... je pense qu'ils devraient déjà plus d'arrêter, arrêter de faire de bêtise la nuit...*

6M : *Ah, ouais !*

8M : *Ouais ! Ne pas faire de bêtise.*

<Todos hablan a la vez >

4H : *Eh, déjà arrêter de balancer des cocktail molotov sur les voitures, ça s'est passé +devant chez moi+ (...) +à minuit ! + (bbbb).*

7M : *Arrêtez de prenez (sic) de rendez-vous pour se taper (bbbb). Parce que la dernière fois il y a eu des disputes entre jeunes, y'a (sic) eu des morts, etc. Donc, arrêtez ça parce que (...), bah en disant dans sa tête que, eux, ils ont une famille... pour montrer l'exemple.*

3H : *-La responsabilité-*

4H : *Pour montrer l'exemple.*

8M : *L'amitié aussi.*

2M : *Pas (sic) se faire trahir parce que c'est horrible.*

Una vez hecho esto, se muestran los resultados obtenidos, relacionados con dicho tema, en la primera etapa de los talleres-encuentros (presentación power point). El grupo idéntica los valores puestos en común y los diferentes.

En segundo lugar, se exponen las preguntas sobre las acciones comunicativas que se pueden implementar para promover valores entre adolescentes. 7M lee las preguntas:

***c) Comment communiquer des valeurs aux adolescents ? Que pouvez-vous faire pour partager ou parler des valeurs avec d'autres adolescents ?***

2M : *On peut faire des affiches communicatives.*

3H : *C'est ce que je voulais dire.*

8M : *Faire de vidéos sur +les réseaux sociaux+.*

5H : *Ce qui aiment les gens dans les affiches communicatives, par exemple mettre des dessins animés dans les affiches communicatives, ça marche beaucoup (...). Comme McDonald l'a fait.*

4H : *Je pense que (.), eh comme je sais que les ados sont beaucoup sur leurs téléphones, je pense que, eh, je pense qu'on devrait créer une application où (.) le respect en premier, eh quelque chose comme ça...*

7M : *Eh (.), aussi on pourrait faire des affiches et, au lieu de les coller par-dessus des arbres, on pourra même les donner au gens.*

6M : *A la fin de l'école.*

1M : *Ou sinon tu dis au prof (sic) que t'oblige à faire ça, +mince+ !*

2M : *Qu'est-ce que tu dis ?*

3H : *+Qu'ils t'obligent ?!+*

<Todos hablan a la vez>

7M : *L'amour.*

1M : *On grandit. La maturité.*

2M : *La sportivité. Etre sportif.*

3H : *Le plaisir de jouer.*

De igual manera, los resultados obtenidos en la primera etapa de los talleres-encuentros que corresponden a este tema son presentados en formatos power point ante el grupo. Una vez más, los miembros del grupo señalan las acciones comunicativas semejantes y diferentes a las propuestas por los otros adolescentes.

**5) Selección definitiva de los valores que se desean promover:**

Durante la selección definitiva de los valores que se desean promover, se hace uso de la dinámica *Árbol de problemas*. Todos los valores mencionados se reparten en tres grupos (A, B y C), incluyendo aquellos planteados por ellos (los cuales escriben en tarjetas), para ello se tienen en cuenta sus semejanzas, como se puede observar en el siguiente cuadro (ver Anexo 7.2).

<b>Grupo A</b>	<b>Grupo B</b>	<b>Grupo C</b>
L'humilité	L'amour	Etre sportif
Le respect	L'amitié	La solidarité
La courtoisie	Le plaisir de jouer	La collectivité
L'honnêteté	L'acceptation et l'intégration de l'autre	Le travail d'équipe
		Le fair-play
		Grandir/Maturité

Finalmente, se escogen los más relevantes dentro de cada grupo. Los valores seleccionados (le respect, l'amitié, la collectivité) son ubicados en el tronco (ver Anexo 7.2), pues en las raíces se traza como punto de partida: promover valores a través de la práctica deportiva.

De igual manera, se seleccionan las principales acciones comunicativas para promover valores entre adolescentes y se ubican en las ramas. Entre todos deciden trabajar con una de las acciones, en este caso, el uso de las redes sociales digitales (ver Anexo 7.2), que se sitúa en el centro de las ramas.

#### **Anexo 6.2. Taller con el Grupo 4 (chicos y chicas). Segunda parte.**

**Tabla 1. Datos de la realización del taller**

<b>Fecha</b>	<b>Lugar</b>	<b>Hora</b>
13 de enero de 2021	Gymnase du Collège Robert Desnos	13h00
19 de enero de 2021	Salle 14 du Collège Robert Desnos	16h00
26 de enero de 2021	Salle 14 du Collège Robert Desnos	16h00
15 de junio de 2021	Gymnase du Collège Robert Desnos	16h00

**Tabla 2. Datos de los participantes en el taller**

Nº.	Nombre	Edad	Curso Escolar	Deportes que practica en la AS
1H	Melvin	11 años	6ème	Escalada
2M	Amel	11 años	6ème	Escalada
3M	Maissa	11 años	6ème	Escalada
4M	Farah	11 años	6ème	Escalada
5M	Siam	11 años	6ème	Escalada
6M	Assa	11 años	6ème	Escalada
7H	Daniel	11 años	6ème	Escalada

Como consecuencia de las restricciones sanitarias tomadas en el colegio, se producen modificaciones en el grupo creativo. Se producen cambios en sus miembros, que afectan la diversidad en cuanto a edad y nivel escolar, pero se mantiene la diversidad en cuanto a género.

## **6) Diseño de la campaña de comunicación**

### **6.1) Conociendo los elementos de la campaña de comunicación:**

El primer paso es explicar cada uno de los elementos de la campaña de comunicación: el público objetivo, los objetivos, el concepto creativo, el mensaje/eslogan, el relato/ Storytelling, los medios/ soportes, difusión y evaluación. Como recursos se emplean diapositivas (formato power point) con una breve descripción y ejemplificación de cada elemento de la campaña.

Como ejercicio práctico, se presentan algunos ejemplos de campañas relacionadas con temas que suelen ser de interés para la población adolescente (moda, consumo/ vicios, alimentación, deporte, estudios, vacaciones, entre otros). Posteriormente, el grupo es guiado en el análisis de los ejemplos de campañas mostrados, desde una posición crítica y constructiva. De ahí el planteamiento de algunas preguntas relacionadas con estas campañas:

a) ¿Cuál es el público objetivo? / \*Quel est le public cible ?



b) ¿Cuáles son los objetivos? / \*Quels sont les objectifs ?



c) ¿Cuál es el concepto creativo? / \*Quel est le concept créatif ?



d) ¿Qué mensaje/eslogan se brinda? / \*Quel est le message/slogan ?





e) ¿Qué historia se cuenta? / \*Quelle est l'histoire racontée?

*Quelle est l'histoire racontée?*

Audika  
<https://www.youtube.com/watch?v=7Sfu6gzl3qs>

f) ¿Qué medios de comunicación se emplean? / \*Quels sont les médias utilisés ?

*Quels sont les médias utilisés ?*

*Quels sont les médias utilisés ?*

## 6.2) Planificación de la campaña de comunicación:

Con la dinámica *Tormenta de Ideas*, se recogen las opiniones del grupo respecto a cada elemento de la campaña de comunicación y entre todos se llega a un consenso para seleccionar uno o varios criterios, según permita el elemento de la campaña en cuestión.

Público objetivo/ \*Public

Objetivos/ \*Objectifs

Concepto creativo/ \*Concept créatif

Mensaje/eslogan/ \*Message/Slogan

Relato/ Storytelling/ \*Récit

Medios de comunicación/ soportes/ \*Médias/formats

### 6.2.1) Planificando la difusión:

Siguiendo con la *Tormenta de Ideas*, se explica qué es \*Diffusion y se presentan las posibles vías de difusión de una campaña de comunicación. Una vez seleccionados los medios de comunicación, especifican la estrategia para difundir la campaña.

### 6.2.2) Planificando la evaluación:

Se explica en qué consiste la evaluación de una campaña de comunicación (\*Évaluation). A continuación se lleva a cabo la *Tormenta de Ideas* para definir el proceso evaluativo de su campaña.

## Anexo 6.3. Taller con el Grupo 4 (chicos y chicas). Tercera parte.

**Tabla 1. Datos de la realización del taller**

<b>Fecha</b>	<b>Lugar</b>	<b>Hora</b>
28 de enero de 2021	Gymnase du Collège Robert Desnos	14h00

## 7) Producción de la campaña de comunicación

Primero, se explica cada componente del proceso de producción de la campaña de comunicación: imágenes, texto, sonido, efectos, luminosidad, colores, etc. Para ejemplificar se utilizan carteles con ilustraciones que responden a cada uno de los componentes de la producción.

Como ejercicio práctico, se vuelven a mostrar los ejemplos de campañas presentados en la segunda parte (Segunda etapa) de los talleres-encuentros, que se relacionan con temas de interés para la población adolescente, en soporte impreso y audiovisual. A continuación, el grupo entra en el análisis de los ejemplos de campañas citados, manteniendo una postura crítica y constructiva. En consecuencia, comienza el debate con una serie de preguntas claves sobre la producción de estas campañas:

- a) ¿Cómo son las imágenes (efectos/ luz/ colores)? / \* Comment sont les images (effets/lumière/couleurs) ?
- b) ¿Cómo es el texto? / \*Comment est le texte ?
- c) ¿Qué sonidos se escuchan (efectos)? / \*Quels sont les sons que l'on peut entendre (effets) ?

A partir de la dinámica *Tormenta de Ideas*, el grupo de adolescentes expone sus criterios en cuanto a cada componente del proceso de producción de la campaña de comunicación. Finalmente, juntos deciden la descripción de cada componente.

Imágenes (efectos/ luz/ colores) / \*Images (effets/lumière/couleurs)

Texto/ \*Texte

Sonido (efectos)/ \*Sons (effets)

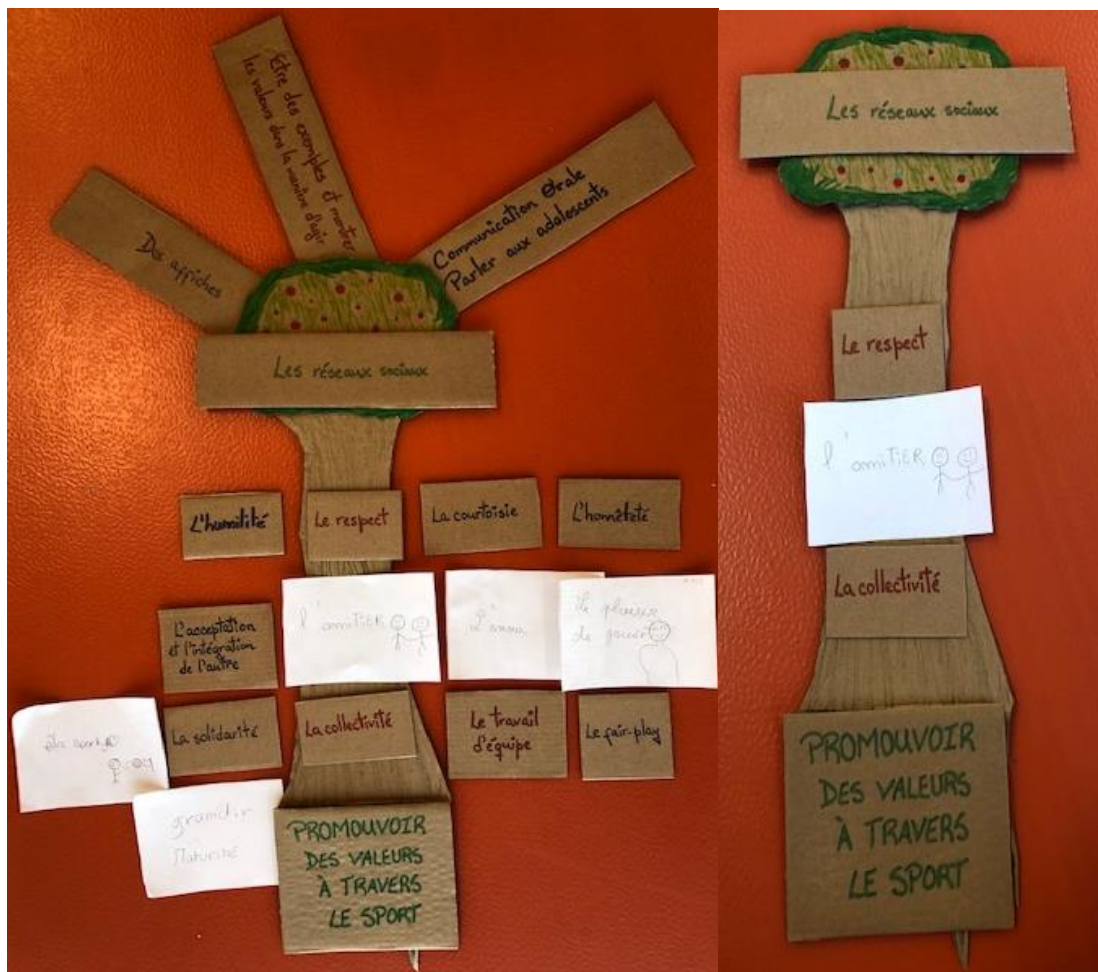
Finalmente, el equipo creativo pasa a la producción y realización de la campaña de comunicación. Para ello, se tienen en cuenta las decisiones tomadas en las fases anteriores. Se organizan para asumir y rotar por los diferentes roles: director, guionista, director de imagen y sonido, camarógrafo. De esta manera, realizan la grabación de las imágenes y se concluye con el proceso de edición, efectuado por la investigadora debido a la falta de recursos en el collège y a las restricciones sanitarias producto de la COVID-19.

## **Anexo 7. Imágenes del taller con el Grupo 4. Primera parte.**

### **Anexo 7.1. Miembros del Grupo 4**



Anexo 7.2. Árbol de problemas



## **Anexo 8. Guion del Proceso Creativo.**

En la segunda etapa se realiza un taller con la población adolescente para desarrollar la propuesta de campaña comunicativa.

### **1. Planificación**

-Definir público objetivo: ¿a quiénes dirigimos la campaña? / \*Quel est le public cible de la campagne ?

-Objetivo de la campaña: ¿qué se quiere lograr? / \*que voulons-nous réaliser ?

-Concepto creativo: ¿cuál es la idea que quiero transmitir? / \* quelle est l'idée que je veux transmettre ?

-Insight: aquello que puede mover hacia un comportamiento determinado, ¿cuál sería la motivación profunda del público objetivo? / \*quelle serait la motivation profonde du public cible ?

-Slogan/ Lema: ¿qué mensaje/s transmitir que refuerce el concepto creativo? / \*quel(s) message(s) transmettre qui renforce(nt) le concept créatif ?

-Storytelling: ¿cómo contar la historia? ¿cómo expresar el concepto creativo? / \*comment raconter l'histoire ? comment exprimer le concept créatif ?

#### **1.1. Difusión**

-Canales: ¿qué canales se deben utilizar para llegar al público objetivo? ¿por qué esos y no otros? / \*quels sont les canaux à utiliser pour atteindre le public cible ? pourquoi ceux-là et pas les autres ?

-Estrategia: ¿cómo recibirán la campaña a través de esos canales? / \* comment ils recevront la campagne par ces canaux ?

#### **1.2. Evaluación**

- ¿Cómo saber que la campaña ha tenido los resultados esperados? / \*Comment savez-vous que la campagne a eu les résultats escomptés ?

### **2. Producción**

-Imágenes: ¿Cómo son las imágenes (efectos/ luz/ colores)? / \* Comment sont les images (effets/lumière/couleurs) ?

-Texto: ¿Cómo es el texto? / \*Comment est le texte ?

-Sonido: ¿Qué sonidos se escuchan (efectos)? / \*Quels sont les sons que l'on peut entendre (effets) ?


Anexo 9. Sitio web de *Collège Robert Desnos*


14 rue du docteur Calmette-94310 ORLY  
 Tél : 01.48.84.39.40  
 Fax : 01.48.90.75.63


# COLLEGE ROBERT DESNOS – ORLY


ACCUEIL
ACTUALITÉS
LE COLLÈGE ▾
VIE DE L'ÉLÈVE ▾
CDI ▾
PÉDAGOGIE ET PROJETS ▾
ESPACE PARENTS ▾
ESPACE NUMÉRIQUE DE TRAVAIL ▾


ACCÉDER A PRONOTE











## Accueil

BIENVENUE SUR LE SITE DU COLLÈGE ROBERT DESNOS

Ici vous trouverez les dernières actualités du collège, l'accès à des ressources sélectionnées pour les élèves et les parents, nos contacts ou encore des liens utiles (Pronote, esidoc : le catalogue du CDI, ...) Bonne visite !

### PROFESSEURS ABSENTS


Lundi 28/11/2022 : Aucun

Mardi 28/11/2022 : Mme FORMISANO


Mercredi 30/11/2022 : M. ANDRIEUX, M. LOBJOIS

Jeudi 01/12/2022 : Mme ESTÈVE


Vendredi 02/12/2022 : Mme IDIRI, M. KHALIFA (Matin)



"D'ici et d'ailleurs" par la classe de 4eC




Horaires de rentrée 2022-23 et quelques ressources pour bien commencer l'année




Liste


LE CDI EN LIGNE :  
e-sidoc


Tous les livres, revues et nouveautés du CDI, des ressources pour jouer et s'éveiller... c'est par là !








Le CDI organise comme chaque année un concours de dessin pour fêter la rentrée ! Date limite de participation : le 21 septembre














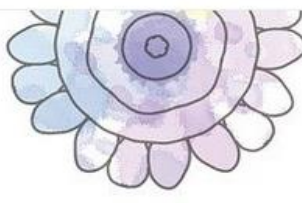
TUTORIELS PRONOTE





FOIRE AUX QUESTIONS (PARENTS)





ACCUEIL
ACTUALITÉS
LE COLLÈGE
VIE DE L'ÉLÈVE
CDI
PÉDAGOGIE ET PROJETS
ESPACE PARENTS
ESPACE NUMÉRIQUE DE TRAVAIL

Collège Robert Desnos 14 rue du docteur Calmette 94310, ORLY Téléphone : 01.48.84.39.40

## Anexo 10. Claves utilizadas en las transcripciones.

CLAVES	LO QUE INDICAN
<i>¿Qué es lo que más les gusta de las AS?</i>	Las preguntas e intervenciones de la investigadora se hacen en negrita y en cursiva.
M y H	Se emplearán ambas letras acompañadas de números para identificar a los hablantes. Se distinguen según el género: M- mujeres, chicas y H- hombres, chicos.
(.)	Pausa.
(...)	Pausas más largas.
JAMÁS	La palabra en mayúscula indica que la palabra pronunciada se ha enunciado en voz más alta que las anteriores o las posteriores.
<u>jamás</u>	La palabra en minúscula subrayada indica que la palabra pronunciada se ha enunciado en voz más baja que las anteriores o las posteriores.
[[empecemos por encontrar]] [bueno la verdad]	Las palabras encerradas por dos corchetes indican que se han solapado dos intervenciones.
bbbb	Cuatro bes seguidas indican que varias personas hablan, y es imposible saber lo que se está diciendo.
++es así++	Las palabras entre signos más son aquellas que se percibe un ascenso en el tono.
--entre nosotros--	Las palabras entre signo menos son aquellas que se percibe un descenso del tono.
{ya sé lo que dices}	Las palabras entre llaves señalan transcripción incierta.
<risas> <da un pequeño golpe en la mesa>	Expresiones no verbales.
La demografía (sic)	Indica que no es un error de transcripción. Así es como la palabra ha sido pronunciada.
,	La coma señala la pausa entre oraciones.
.	El punto señala el final de una oración.
?	El signo interrogación señala interrogación.
¡	El signo de exclamación indica exclamación.
...	Los tres puntos suspensivos indican que la idea está abierta e inconclusa.
()	Los paréntesis denotan una frase aclaratoria.

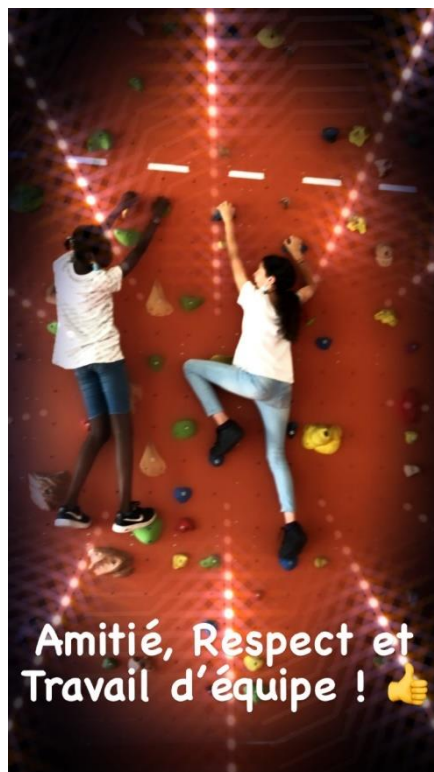
**Fuente:** Elaboración personal a partir de la propuesta de Manuel Montañés (2002, p. 35).



**Anexo 11. Cartel de la campaña de comunicación**



## Anexo 12. Variantes de carteles de la campaña de comunicación



### Anexo 13. Videos de la campaña de comunicación



Enlace: <https://drive.google.com/drive/folders/1gb7S9zaxdcXEBDwvrYuvAaPilbRjw7YC>

## **Anexo 14. Arquitectura y diseño exterior e interior del Collège Robert Desnos**

### **Anexo 14.1. Edificio del *Collège Robert Desnos***



**Fuente:** Foto de Michel Denancé. Tomado de la Web oficial de Emmanuelle Colboc et associés-Architectes DPLG (2022).

**Anexo 14.2. Área de recreación del *Collège Robert Desnos***



**Fuente:** Foto de Michel Denancé. Tomado de la Web oficial de Emmanuelle Colboc et associés-Architectes DPLG (2022).

### **Anexo 14.3. Gimnasio del *Collège Robert Desnos***



**Fuente:** Foto de Daniele Rocco. Tomado de la Web oficial de Emmanuelle Colboc et associés- Architectes DPLG (2022).

**Anexo 14.4. Biblioteca del Collège Robert Desnos**



**Fuente:** Foto de Daniele Rocco. Tomado de la Web oficial de Emmanuelle Colboc et associés- Architectes DPLG (2022).

### **Anexo 14.5. Área de la administración del *Collège Robert Desnos***



**Fuente:** Foto de Daniele Rocco. Tomado de la Web oficial de Emmanuelle Colboc et associés- Architectes DPLG (2022).