



UNIVERSIDAD DE CIENFUEGOS
CIENCIAS DE LA CULTURA
FÍSICA Y EL DEPORTE

"La innovación como fenómeno social y su influencia en el deporte"

Autor: Jorge Luis León Valdés

Tutor: MSc Joel Garcia Sanchez

Pensamiento

“Hay que despertar el interés de nuestra juventud para que investigue, para que conozca, para que se entrene, ya que esos conocimientos tienen valor en todos los órdenes”.

Fidel Castro Ruz.

Dedicatoria:

-A mis padres y mi hermana:

Porque siempre han estado a mi lado brindándome su apoyo y sin ellos no hubiera sido capaz de nada en esta vida.

-A mi familia en general a mis abuelos :

Por su apoyo continuo y la confianza que siempre han depositado en mí.

-A mi tutor:

Por su apoyo incondicional y el estímulo constante.

-A mis amigos y compañeros en especial a Lilian; Alejandro, Alexis, Chabelis etc:

Por su ayuda constante y el ánimo de siempre ayudarme incondicionalmente sin esperar nada a cambio, por la amistad que hemos formado llegando a ser una familia por construir este lazo tan fuerte que se logra en esta etapa de la vida y quedara para toda la vida.

Por estar a mi lado de inicio a fin durante el transcurso de mi carrera.

Agradecimientos:

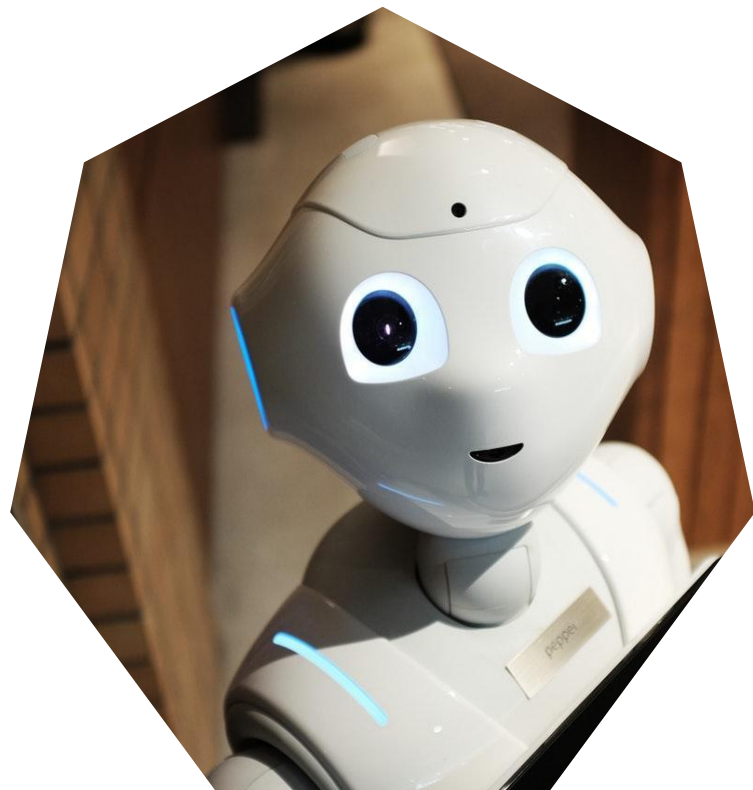
- A mi tutor MsC. Yoel que, con su orientación, conducción y proporción de conocimientos, he logrado la realización de esta investigación.
- A mi mamá y a mi papá por tenerme, y por darme cada día lo mejor de sus vidas, para poder llevar a cabo la mía.
- Al colectivo de profesores de la Carrera, por su gran labor educativa cada día, con el objetivo de desarrollar en cada uno de nosotros un verdadero profesional con nuevos conocimientos y forma de pensar.
- A mis compañeros de estudio.
- En fin, agradecerles a todas esas personas que de una u otra forma tuvieron la amabilidad de ofrecerme su apoyo para la culminación exitosa de este trabajo, para todos ellos.

“Muchas Gracias”

Resumen

La evolución humana está marcada por la innovación. Tanto en la política como en el ámbito de los negocios se habla de la innovación como la solución a la crisis. Los expertos están de acuerdo con esta afirmación, pero consideran que aunque la innovación es necesaria, debe llevarse a cabo con paciencia, puesto que se trata de una inversión a medio y largo plazo. Según la Doctora: Mariona Luis Tomás en *Oikonomics: revista de economía, empresa y sociedad*. La innovación es un fenómeno social que no solo depende de la creatividad sino de su póstuma utilización y buen desarrollo. Este trabajo expresa como conclusión general la innovación y sus aportes a la sociedad principalmente en la esfera deportiva. Para ello cuenta con un fundamento bibliográfico de 5 libros editados en diferentes años con autores respaldados por la academia investigativa. Además de 4 artículos de revista.

Palabras claves: innovación y deporte.



Summary

Human evolution is marked by innovation. In both politics and business, innovation is talked about as the solution to the crisis. Experts agree with this statement, but consider that although innovation is necessary, it must be carried out with patience, since it is a medium and long-term investment. According to the Doctor: Mariona Luis Tomás in Oikonomics: magazine of economy, business and society. Innovation is a social phenomenon that depends not only on creativity but on its posthumous use and good development. This work expresses as a general conclusion innovation and its contributions to society, mainly in the sports sphere. For this, it has a bibliographic foundation of 5 books edited in different years with authors backed by the research academy. In addition to 4 magazine articles.

Key words: innovation and sport.

Índice

Contenidos	Páginas
Índice	
Introducción	1
Objetivos	10
CAPÍTULO I: Marco Teórico Referencial.	12
CAPÍTULO II. Métodos y Materiales.	22
Conclusiones	25
Recomendaciones	26
Bibliografía	
Anexos	

Introducción

En las décadas de 1960 y 1970, trabajos pioneros, algunos de ellos provenientes de la sociología, ya habían sugerido la importancia que podían tener los asuntos relacionados con las prácticas deportivas. En este contexto, la tradicional visión narrativa e historicista de las décadas anteriores estaba dando paso a nuevas teorías inspiradas en la "historia de los hechos sociales" y en la sociología, las cuales, desde el mundo académico, plantearon los límites de una visión evolutiva y universalista del deporte, así como la necesidad de abordar su estudio en tanto que un fenómeno social y cultural complejo. En particular, bajo el impulso de investigadores fundamentalmente británicos, norteamericanos y franceses, poco a poco los historiadores empezaron a estudiar lo social a partir del deporte. Esas investigaciones no tardaron en demostrar que el deporte, lejos de ser natural, intrínseco al ser humano y por lo tanto universal, es un fenómeno histórico. No ha existido siempre, no ha permanecido incólume a los avatares de la historia. Todo lo contrario: es una práctica que, como tal, cambia según las transformaciones que afectan a la sociedad.

Esta nueva visión del fenómeno deportivo como objeto de estudio histórico comportaba, en realidad, la aparición de una nueva historia del deporte influenciada por las transformaciones en las ciencias sociales de la década de 1960, la creciente popularización del deporte en todo el mundo y un inicial reconocimiento académico de la historia del deporte en los departamentos de historia, ciencias sociales y ciencias de la Actividad Física. Autores como Norbert Elias y Eric Duning en el Reino Unido -entre 1966 y 1970, o Allen Gutmann en Estados Unidos ya en la década de 1970, pusieron de relieve la especificidad del deporte como un fenómeno contemporáneo que debe ser estudiado en su contexto social. En este escenario de cambio, otro aporte de las investigaciones sobre el deporte consistió, precisamente, en analizarlo de manera relacional: la importancia de este tipo de estudios no radica tanto en el deporte en sí mismo, como en lo que éste puede decirnos acerca del marco social en el que se encuentra.

Cuando hablamos de deporte, nos referimos en concreto a las actividades físicas cuyos contornos empezaron a delinearse con precisión en la Inglaterra victoriana. Más allá de evidentes continuidades con los ejercicios y los juegos físicos de siglos anteriores, el "deporte moderno" adquiere otros rasgos y, sobre todo, nuevos significados. Como producto sociocultural de las sociedades industriales, se irá caracterizando, entre otros factores, por la creciente importancia de 1) la racionalización y burocratización, encargadas de fijar objetivos, de reglamentar las prácticas, de organizar competencias, etc.; 2) la profesionalización; 3) la comercialización; 4) el espíritu competitivo, la búsqueda del triunfo, del récord.

La historiografía del deporte en el caso español, al igual que en el resto de países del entorno europeo, ha evolucionado desde una perspectiva moderna sobre todo a partir de las décadas de 1980 y 1990. Si bien podemos tener en cuenta como pionera la presentación de la tesis doctoral de Florit y Capella en 1971, en realidad la aparición de una historiografía del deporte en el ámbito académico fue más tardía que en Gran Bretaña, Francia, Alemania o Italia y se centró, fundamentalmente, en estudios parciales, monografías territoriales y trabajos sobre etapas concretas. En la actualidad, la historia del deporte ya está presente con cierta normalidad en los programas de doctorado y empieza a ser un ámbito de investigación plenamente reconocido. Las nuevas generaciones de investigadores, con doctorados en temática deportiva o participando en proyectos competitivos, están ampliando el marco de estudio, como podrá verse en este dossier.

En el contexto latinoamericano, Argentina y Brasil son ejemplos de una historiografía en torno al deporte relativamente consolidada. La publicación en años tan tempranos de *O negro no fútbol brasileiro* (1947), del Mario Filho, analiza la popularización del fútbol en Brasil, proceso que se vincula con mecanismos de ascenso social y con cierta democratización racial. A partir de sus resultados, numerosos trabajos han indagado, entre otros aspectos, por el lugar de los negros en el deporte, por los estilos de juego, por el deporte como forma de resistencia social y racial. Los trabajos del argentino Eduardo Archetti, en los años de 1990,

quien provenía de la antropología social, abrieron las puertas para explorar los "imaginarios colectivos" en torno al deporte.

El dossier quiere ser una muestra del dinamismo que empieza a verse en el campo de los estudios sobre el deporte en Hispanoamérica. De los cuarenta artículos recibidos en el marco de la convocatoria, se seleccionaron seis: dos provenientes de Argentina, uno de México, otro de Chile y dos más de España.

Los textos de Marta Mauri y Gisela Kaczan abordan el cuerpo o, mejor, los cuerpos, para subrayar los diferentes discursos que en torno a ellos se pueden construir. En la España franquista, el cuerpo masculino debía ser educado, moldeado para servir a la patria. El deporte, como el resto de las esferas de la sociedad (educación, economía, cultura, etc.). "El Frente de Juventudes controló las rutinas y el día a día escolar no sólo dentro de la escuela, sino también fuera de ella, ya que la obligatoriedad de acudir a los campamentos de la organización, a las marchas pseudo-militares o a las competiciones y Juegos Escolares Nacionales (JEN) copó el tiempo de ocio de los jóvenes durante la posguerra española. El deporte y la educación física funcionaron como un poderoso instrumento de militarización y moralización corporal de la infancia y de la juventud durante el franquismo".

Bajo la influencia de Michel Foucault, Mauri analiza las relaciones de poder que se tejen en torno al cuerpo. La instrumentalización del cuerpo masculino a través de las actividades físicas era parte de un programa más vasto que buscaba inculcar en niños y jóvenes una serie de valores castrenses (hombria, obediencia, disciplina, solidaridad, respeto a las jerarquías "naturales", sacrificio por la patria),

Por otro lado, el trabajo de Gisela Kaczan permite aproximarnos a la relación entre prácticas físicas y mujeres, relación que cobró fuerza en la Argentina durante las primeras décadas del siglo XX.

Estas campañas prestaron particular atención a las mujeres, que eran las encargadas de transformar a los niños en "seres sanos, fuertes y felices". Un

complejo dispositivo, en el que se mezclaban "técnicas de conservación de la salud, institutos terapéuticos y de belleza..., literatura científica, seudocientífica y de divulgación", al que se sumaban las políticas educativas, buscaban "velar por la salud femenina, por su futuro y por la previsión de las siguientes generaciones". La cultura física también buscaba preservar la "gracia de las mujeres, su belleza y feminidad". La prensa y la radio ofrecían a una numerosa clientela femenina de clase media, con pocas posibilidades de practicar deporte en los clubes privados, todo tipo de motivaciones e indicaciones para ejercitarse sin salir de casa, logrando así, además, mantener a la mujer en su ámbito "natural": en su hogar, ésta "podía gozar de las ventajas del entrenamiento físico sin salir a la calle y sin sacrificar ninguna de las exigencias de ama de casa, de esposa y madre celosa de sus deberes".

De manera que la incursión de la mujer en el deporte -mundo masculino por excelencia- no significaba, al menos en un comienzo, un cuestionamiento a las divisiones tajantes y a las relaciones asimétricas entre los dos sexos. Para las mujeres, las finalidades del deporte debían ser sobre todo terapéuticas y educativas, lo que significaba que no podía ser competitivo, como era el caso del deporte masculino; y se dejaba muy en claro que la mujer deportista debía seguir exhibiendo su tradicional elegancia, delicadeza, compostura.

Los siguientes dos artículos estudian el surgimiento y consolidación de la medicina deportiva en Argentina (Andrés Horacio Reggiani) y del automovilismo en México (María José Garrido), procesos que se dieron en la primera mitad del siglo XX. Ambos trabajos permiten entender muy bien cómo se va construyendo un campo autónomo, con sus reglas y lógicas propias, aunque siempre estrechamente relacionados con un amplio entorno social. En el caso argentino, "la configuración de un campo médico-deportivo coincidió" tanto con "la rápida expansión de los deportes", así como con las políticas del Estado favorables al desarrollo de la cultura física y con discusiones que se daban en torno a la "calidad y aptitudes" de la población. Con mucha pertinencia, Reggiani también vincula la emergencia de la medicina deportiva en Argentina con los avances y debates internacionales de

la disciplina médica. El problema del doping fue fundamental, pues el saber médico era el que mayor legitimidad tenía para pronunciarse al respecto.

Desde muy temprano, por consiguiente, la medicina deportiva se atribuyó una doble función. Por una parte, era la encargada de promover el deporte y la educación física, pues poseía, según decían sus defensores, todo el conocimiento necesario para orientar a los deportistas. Por otra parte, debía evitar las prácticas ilegales (como el doping) o contraproducentes (como exceso de ejercicio). "Así, la medicina se erigió a la vez en la corporación profesional más íntimamente identificada con la promoción de la cultura física y en su instancia reguladora. Este proceso se vio favorecido por la legitimación del saber médico y de sus practicantes como autoridad excluyente en todo lo concerniente al cuidado de la salud y el cuerpo".

El fortalecimiento de la medicina deportiva está estrechamente ligada a la consolidación del campo automovilístico es uno de los ejes del trabajo de Garrido. La llegada de los primeros automotores a México, a comienzos del siglo pasado, además de sorprender y atemorizar a amplios sectores de la población, fue vista de inmediato como un símbolo, uno más, de los avances de la modernidad y el progreso. Se trataba, en efecto, de un medio de transporte que revolucionaría rápidamente las comunicaciones. Así como servía para transportar personas y mercancías a mayores velocidades, permitió incorporar "a la vida política y comercial a comunidades que hasta entonces habían permanecido aisladas". Fue, igualmente, un símbolo de distinción social, por sus elevados costos, por su sofisticación y por su inevitable asociación con la "vida moderna". institucionalización. Reggiani menciona, al final de su trabajo, la importancia que jugaron, en este proceso, los foros regionales, los congresos suramericanos, la creación de redes a nivel continental y la fundación de revistas.

Muy pronto el surgimiento del automovilismo se le relacionó también con el deporte: buena parte de "la información ofrecida en la prensa sobre los primeros

tiempos del automóvil muestra que la conducción de esos vehículos fue considerada ante todo como una actividad deportiva".

En torno a ella se desarrolló un complejo marco burocrático, encargado de consolidar el automovilismo como una nueva práctica deportiva. La creación del Automóvil Club, la organización de diferentes tipos de competencias (grandes distancias o circuitos cortos), la aparición de la prensa especializada, los mecanismos de consagración de los grandes héroes del automovilismo, la creciente importancia de los records, la irrupción de los intereses comerciales, constituyen diferentes elementos del proceso de institucionalización.

Diego Vilches se centra en las identidades, un problema que ha despertado el interés de numerosos investigadores, quienes, desde la historia cultural y la antropología, intentan mostrar cómo se han ido elaborando diferentes formas discursivas en torno a la "identidad" de una nación o de un estilo de juego.

La dictadura de Pinochet se encargó de elaborar una nueva imagen con el fin de neutralizar las críticas de las que era objeto su gobierno por parte de la comunidad internacional implementado un nuevo modelo identitario, a medida que se implementó y consolidó el proyecto de acelerada modernización neoliberal, los triunfos morales ya no fueron suficientes. Como se fueron adoptando de manera progresiva los valores competitivos (propios de la cultura del libre mercado) para el Mundial de España en 1982, y coincidiendo con el discurso oficial que hablaba de una nación poderosa que transitaba aceleradamente hacia el desarrollo⁶ en todos los ámbitos, la prensa deportiva nacional le exigió a la selección ser competitiva y obtener logros relevantes"

Pero así como la selección fracasó en sus intentos por clasificarse a los mundiales o fue eliminada en las primeras rondas, la economía chilena tampoco dio los resultados esperados: el tal "*boom* sólo fue la recuperación económica del país tras la severa crisis del período 1972-1976.

Del artículo de Juan Antonio Simón sobre la gira del Boca Juniors por España (1925), queremos retomar algunos puntos: la internacionalización y profesionalización del fútbol; su transformación en espectáculo masivo; la elaboración de discursos sobre identidades y "estilos nacionales", alimentada precisamente por las confrontaciones entre clubes de distintas nacionalidades.

La visita del club argentino a tierras españolas no fue un hecho aislado: por los mismos años, equipos del Brasil y de Uruguay también viajaron a Europa; y, poco antes, una selección vasca había estado en tierras latinoamericanas. Además, desde 1916, se disputaba la Copa América. El fútbol, pues, empezaba a adquirir unas dimensiones internacionales cada vez más evidentes, una tendencia que se corroboraría en 1930, con la celebración del primer campeonato mundial, jugado en Uruguay. Al mismo tiempo, el fútbol se convertía en un deporte popular. A mediados de los veinte, cuando llegó el Boca Juniors a España, la popularización del fútbol era uno de los indicios de los profundos cambios que se estaban dando por entonces en la sociedad española. Las masas se hacían visibles, no solo en las esferas política y social; también en el deporte, ya fuese como espectadores o como protagonistas de unas prácticas hasta hacía poco estaban reservadas casi con exclusividad a los sectores privilegiados.

El creciente interés por el fútbol fue de la mano con la profesionalización de ese deporte. Para brindar un espectáculo de calidad a un público que pagaba para ver un partido, era necesario contar con jugadores de primer nivel, objetivo que solo podían cumplir quienes se dedicaban exclusivamente al fútbol, es decir los profesionales que, como tales, debían ser remunerados por sus servicios. Los intereses económicos y la lógica del mercado capitalista desplazaron a los valores del deporte amateur. Simón señala que a medida que los triunfos del Boca Juniors se acumulaban por tierras españolas, la programación de nuevos partidos se dificultaba por las crecientes aspiraciones económicas de los directivos argentinos. Y, por su parte, los clubes españoles también se beneficiaron con la gira de los rioplatenses: "la transcendencia que había adquirido la presencia del club

argentino en España ... permitió a los clubes el poder alcanzar las mayores recaudaciones de la temporada".

La gira de Boca también fue la ocasión de enfrentar las "escuelas" argentina y española, la una "afiligranada y ágil", la otra caracterizada por su conocida "furia". Más allá de las rivalidades entre dos clubes, el trabajo de Simón deja apreciar una confrontación mucho más amplia, de dimensiones continentales: se trataba de medir el estilo latinoamericano frente al europeo, rivalidad que ya se había manifestado en los Juegos Olímpicos y que no tardaría en repetirse en las copas mundiales. Es decir, a través del fútbol se tejen diferentes dimensiones de las identidades, que van desde lo local hasta lo continental. Como muy bien lo subraya Simón, el fútbol "empezaba a comprenderse desde una perspectiva global".

Queremos concluir retomando y ampliando esta apreciación. En realidad, la "globalización" está presente en todos los artículos del dossier, ya sea implícita o explícitamente. Los discursos sobre el cuerpo, el auge de la medicina deportiva y del automovilismo, la selección chilena y las relaciones diplomáticas, la gira de un club argentino por Europa, dejan en claro, de una u otra manera, que las prácticas deportivas se enmarcan en una escala espacial muy amplia. Veamos. Las teorías y los modelos pedagógicos que inspiraron las políticas deportivas del franquismo provenían tanto de la Italia fascista como de la Alemania nazi; de igual manera, muchos de los deportes y de las actividades físicas que las autoridades querían inculcar a la juventud, también procedían del exterior (el baloncesto, de Estados Unidos; la "gimnasia educativa", de Suecia). Los ideales en torno al cuerpo femenino en la Argentina fueron elaborados a partir de los presupuestos teóricos que venían de las ciencias médicas europea y norteamericana, para no hablar de la profunda influencia del catolicismo; y los paradigmas de la mujer bella eran calcados del cine de Hollywood. Otro tanto puede decirse acerca de la medicina deportiva en la Argentina, siempre atenta a los debates que se daban en el exterior. El estudio del automovilismo en México implica ampliar la mirada mucho más allá de las fronteras tradicionales, ya sea por la organización de

competencias internacionales o por la constante combinación de maquinaria, de tecnología, de mecánicos, de pilotos, de aficionados, de periodistas de todo el mundo. La búsqueda de una nueva identidad chilena, elaborada en parte a través del fútbol, se dio en medio del contexto de la Guerra fría, con una Dictadura urgida por crear una imagen nacional que hiciera frente a las diversas presiones de la comunidad internacional.

En otras palabras, la historia del deporte permite o, mejor, invita al investigador a tener muy en cuenta que su objeto de estudio se puede enmarcar en escalas espaciales sumamente amplias. El deporte, como tantas otras prácticas sociales, no puede ser aprehendido realmente en espacios reducidos, que ocultan o minimizan precisamente su movilidad, su fluidez, sus permanentes y múltiples conexiones y circulaciones por todo el planeta. Circulaciones y conexiones entre diferentes escalas espaciales se dan de múltiples formas e incluyen los más variados "objetos". Primero, por supuesto, las prácticas: muchas de ellas surgieron en Gran Bretaña y pronto se extendieron por todo el mundo. Y con los diferentes deportes, jugadores, entrenadores, referees, el vocabulario deportivo, las técnicas y estilos de juego, los implementos deportivos, los nombres de equipos ingleses, la arquitectura deportiva, etc., viajan contantemente de un lugar a otro y vuelven transformadas a sus lugares de origen. En efecto, como muy bien lo ilustra el estudio de Simón, con el ejemplo de Boca Juniors, este constante movimiento no es unidireccional. Y con ello no nos referimos únicamente a los desplazamientos de equipos del Cono Sur al Viejo continente, lo cual, por lo demás, dista de ser un simple detalle; nos referimos también, y sobre todo, a la influencia que logra ejercer el fútbol argentino y uruguayo en el balompié europeo. El "estilo latino" seduce y se impone a la "escuela europea". La victoria de Uruguay en el primer mundial de fútbol muestra claramente el sentido de las circulaciones y de las historias conectadas, lo cual, a su vez, debería conducir a revisar dicotomías que no siempre resultan funcionales, en particular la muy conocida y manipulada centro/periferia.

No es solo el deporte el que se ha globalizado: como bien lo han señalado los investigadores que promueven las historias conectadas o las historias de las circulaciones, se trata de un fenómeno que arrancó hace ya varios siglos y que plantea, por consiguiente, un buen desafío a los historiadores, demasiado apegados todavía a unas "fronteras nacionales" que distorsionan unos objetos de estudios mucho más globales, más transculturales.

En Cuba no existen investigaciones relacionadas con este tema, no obstante existen insuficiencia en **La innovación y su influencia en el deporte con todo, por lo que se** plantea la anterior situación problemática.

Problema Científico:

¿Cómo contribuir al desarrollo de la innovación en Cuba como fenómeno social en el deporte?

Para ello es necesario plantear como **objetivo general** de esta investigación.

- ✓ Valorar la innovación como fenómeno social y su impacto en el deporte.

Además como **objetivos específicos:**

- Fundamentar la innovación como fenómeno social y su evolución en el deporte
- Diagnosticar el estado actual del nivel de innovación que se utiliza en el deporte en Cuba.
- Diseñar la propuesta para el impacto de la innovación en el deporte.
- Validar la propuesta por criterio de especialistas.

Idea a defender:

La utilización de la innovación como fenómeno social contribuirá al desarrollo y a la evolución del deporte en Cuba.

Tipo de Estudio: Descriptivo

Tipo de diseño: Explicativo- descriptivo.

Caracterización de la población:

Para esta investigación se tomó como muestra a los 23 estudiantes del grupo 5.1 CRD de la facultad de cultura física donde está compuesto por 20 varones y 3 hembras que representan el 100 % de la matrícula, Se encuestaron varios profesores del departamento de didáctica del deporte de estos 5 son especialistas lo que representa un 100 %, quienes cuentan con 10 años de experiencia, con antecedentes sobre trabajos de investigación en el deporte de forma general y poseen resultados en eventos nacionales e internacionales.

Capítulo 1

Marco teórico referencial

En la revisión bibliográfica realizada para la innovación como fenómeno social y su influencia en el deporte de esta investigación se ve como diferentes autores definen la misma.

Los estudios CTS constituyen un campo de trabajo interdisciplinario, centrado en la reflexión sobre las relaciones de la ciencia y la tecnología con el entorno social, tanto relacionado con las condicionantes sociales, como con las consecuencias del desarrollo científico – tecnológico.

El desarrollo científico y tecnológico es una de los factores más influyentes sobre la sociedad contemporánea. La globalización mundial, polarizadora de la riqueza y el poder, sería impensable sin el avance de las fuerzas productivas que la ciencia y la tecnología han hecho posibles.

Es importante distinguir las peculiaridades de la concepción clásica de interpretación de las relaciones entre ciencia, tecnología y sociedad la cual puede sintetizarse en la siguiente ecuación: **+ ciencia = + tecnología = + riqueza = + bienestar social.**

La innovación es una técnica que **puede solucionar problemas o carencias**, que se realiza a través del mejoramiento y no solo de la creación de algo novedoso sino de su impacto.

Según Jorge Núñez Jover en su artículo "La Innovación y Desarrollo Social: un reto para CTS" la innovación es un fenómeno social ya que puede surgir de cualquier tipo de personas sin distinción de estatus, de país o de raza es decir involucra todo el tejido social y no sólo algunos actores económicos.

Además este proceso involucra la aceptación de las masas ya que si el producto innovado no tiene demanda no cumple su efecto. La educación constituye una

clave para la democratización, la equidad y la eficiencia de la innovación, es parte importante para la innovación como lo es para la CTS.

Sólo en un ambiente de creatividad cultural, y de innovación social, puede lograrse a plenitud la continua cadena de ciencia - tecnología - sociedad; sin ignorar, desde luego, la contribución esencial de la innovación a la conformación de tal ambiente. En un mundo en constante evolución, saber anticipar los cambios y los posibles impactos que nos esperan a medio y largo plazo es clave para el éxito. De esta forma, podremos identificar y aprovechar las oportunidades que la innovación nos aporta.

Dándole la verdadera importancia la cual arriba a que es indiscutible que la innovación desempeña un papel importante y maravilloso en el desarrollo de la humanidad.

Como señalaron Morton Kamien y Nancy Schwartz, la creencia de que es posible desafiar la ley de la escasez “roza los límites de la magia, de sacar conejos de un sombrero, y sin embargo, por extraño que parezca se ha ejecutado el truco a través de la magia de la tecnología”.

Únicamente la innovación y los derechos de P.I (propiedad intelectual) que la impulsan pueden lograr el tipo de crecimiento impresionante y de beneficios generalizados que pueden mejorar la vida de todos los seres humanos.

Juntos, pueden forjar un futuro sostenible para todos porque las claves para innovar son infinitas ya que la innovación es el árbol que nace de las semillas de la creatividad.

Según el Diccionario de Lenguas y Letras, traducción Latín, 2018 la innovación es una acción de cambio que supone una novedad. Esta palabra procede del latín innovatō, -ōnis que a su vez se deriva del término innovo, -are “hacer nuevo”, “renovar”, que se forma con in- “hacia dentro” y novus “nuevo”.

La innovación se acostumbra a asociar con la idea de progreso y búsqueda de nuevos métodos, partiendo de los conocimientos que le anteceden, a fin de mejorar algo que ya existe, dar solución a un problema o facilitar una actividad.

La innovación es una acción continua a lo largo del tiempo y abarca diferentes campos del desarrollo humano.

Entre otros términos que tienen un significado similar y se pueden emplear como sinónimo están adelanto, invento, reforma, renovación, entre otros.

Se podría decir que cada persona tiene su propia idea de innovación. Ya en 1934 Joseph Schumpeter lo definió como "el proceso de encontrar aplicaciones económicas para las invenciones", mientras que la Real Academia Española de la Lengua define innovación como la "creación o modificación de un productoproducto".

Las dos definiciones difieren en su alcance, pero ambas coinciden en resaltar la función económica de la innovación: es decir, si no tiene aplicación en el mercado, no es innovación.

Uno de los errores tradicionales al hablar de innovación es confundir este término con invención. Las definiciones presentadas antes coinciden en la aplicabilidad comercial de la innovación. Las invenciones surgen de laboratorios, universidades, garajes o, incluso, de la idea feliz de una mente brillante. No obstante, si estas invenciones no generan riqueza, no son innovación.

Ahora bien si innovar se refiere a la creación o mejora de un producto y su introducción en el mercado ¿Hacia dónde se dirige la innovación? ¿A qué polo repele o a que polo atrae? O simplemente ¿Para quién trae más valor?

Bien es indiscutible que la innovación cuando se realiza con un fin económico trae más valor para su productor que para su consumidor, pero cuando es para un fin social o un objetivo colectivo beneficia a la sociedad que son sus principales clientes esto se refiere al modo de ver la innovación o simplemente las coordenadas que en ella se establecen.

Según Asier Viteri Dávila la innovación “es mudar o alterar las cosas introduciendo novedades” pero este autor presenta en una de sus exposiciones que para el negociador la innovación no es más que cambio que genera valor para el cliente y como bien diría la frase el cliente siempre tiene la razón.

Detrás de esta frase solo se oculta unas ansias frías de devorar el bolsillo al consumidor. Pero no todo es malo porque en los países con escasos recursos donde el producto interno bruto esta apenas en la cuarta de la producción se genera innovación con grandes y desarrolladoras perspectivas sociales.

Es decir la innovación es una brújula que siempre dirigirá su aguja al norte que es el campo más magnetizado con esto se quiere decir que el que invierta más aparentemente innovara más.

Quizás sí hay personas que nazcan con unas capacidades creativas especiales pero la creatividad que se necesita para la innovación no es innata, se aprende.

Para ello lo que habría que hacer es crearse un programa de aprendizaje que se plantee como objetivo aumentar nuestra competencia en creatividad, este programa no consiste en una formación reglada sino que se basa en obligarse a realizar una serie de actividades para estimular nuestra creatividad.

Todo esto continúa afirmando que con los recursos necesarios la innovación florece. Ejemplo de ello tenemos a los países emergentes están de moda. La letra pequeña de cualquier producto que caiga en sus manos seguramente tiene nombre de países como China, la India, Taiwán o Vietnam. Los países emergentes son fuentes de mano de obra barata y las empresas occidentales se

han lanzado a la deslocalización y al outsourcing (colocar la fuente fuera de casa) en estas zonas como fuente para reducir costes.

Pero ésa es sólo una cara de la moneda. Considerar estos países como simples fuentes de mano de obra barata es ver la punta del iceberg y olvidarse de lo que hay debajo del agua.

Con el estancamiento de la población en Occidente, las compañías de los países desarrollados deberán dirigirse a esta nueva población emergente. Dar respuesta a sus necesidades no será sencillo, por lo que la innovación será un factor fundamental. Pero esta innovación no tendrá repercusión sólo en este mercado, sino también en el resto del mundo.

Existe un consenso claro entre los expertos del Future Trends Forum: no hay una receta mágica para la innovación. ¿Tiene sentido aplicar las políticas de innovación de Israel en un país como España? Claramente, no. Las condiciones de las que parten los países son muy distintas, por lo que una política que ha funcionado en uno es muy probable que no funcione en otro.

Incluso es probable que no funcionara en otro momento para ese mismo país. Como ya se ha mencionado, los casos de éxito no sirven como modelos, pero sí son una fuente de inspiración

Fomentar la innovación requiere un enfoque global. Son muchos los factores que determinarán el futuro innovador de una región. Conocer las políticas que han funcionado en otros lugares puede ayudar a configurar la receta de una región. Incluso los ejemplos que no han tenido tanto éxito pueden ayudar a identificar iniciativas bienintencionadas pero equivocadas.

La sociedad se enfrenta a fuertes presiones para el cambio, entre las que destacan las siguientes:

- La globalización: la evolución del transporte y de las comunicaciones han convertido el mundo en una red en la que las empresas buscan las condiciones más favorables para sus operaciones. Los productos pueden

ser confeccionados en una parte del planeta y distribuidos en otra. La distancia ya no es un limitador a la hora de seleccionar los mercados.

- El desarrollo sostenible: el cambio climático está a la orden del día. El ritmo actual de consumo de recursos no es sostenible en el tiempo. Las innovaciones del futuro tendrán que buscar la eficiencia en el consumo y utilización de los recursos.
- Las nuevas tecnologías: el ritmo imparable de la tecnología da lugar a nuevos productos y servicios. Las ventajas competitivas son cada vez menos duraderas y las empresas deben mantenerse en vanguardia. No estar enterado de la última evolución tecnológica puede dejar a una empresa fuera del mercado.
- Los cambios demográficos: la población de los países desarrollados está envejeciendo, mientras que la de los países emergentes y en vías de desarrollo sigue siendo joven y en crecimiento. Cada región tendrá que hacer frente a la estructura de su población y la inmigración será un factor cada vez más importante.

Una política innovadora debe reconocer y considerar estas presiones. Es una condición necesaria (aunque no suficiente) para el éxito.

Esto se aplica a cualquier rama del mercado ya sea en el comercio, la educación; que forma parte de un renglón bastante rentable ya que son las semillas de futuro, al igual en la salud que necesita un constante ritmo investigativo e innovador o en el deporte que no por quedar de último no arraiga su necesidad imperiosa de la innovación y la aplicación de su aliada la tecnología en su práctica.

Ahora bien, se presenta la siguiente interrogante ¿es bueno invertir en el deporte? o ¿se puede innovar algo nuevo?

Estas preguntas quedan automáticamente invalidadas porque la práctica del deporte incrementa trascendentalmente cada año por ende su número de seguidores se duplica exponencialmente y con ello el uso de artículos, calzado y textil deportivo.

Por lo que cabe formular una nueva pregunta ¿Cuál es el presente del deporte? o ¿Cuál será su futuro respecto a la innovación?

Según el Instituto Johan Cruyff la consumada idea de que 'todo está inventado' tiene los días contados. La creatividad no tiene límites y, en la industria del deporte, la innovación es constante, ya sea para mejorar el rendimiento del propio deportista como la experiencia del aficionado.

Las empresas consolidadas del sector invierten incesantemente en sus departamentos de I+D para no quedarse atrás en esa carrera hacia la innovación, y los nuevos proyectos que nacen buscan satisfacer necesidades que quedan aún por cubrir. Pero si algo tiene en común unas y otras es la tecnología.

La industria deportiva ha tenido un impacto en la economía mundial cada vez mayor en los últimos 20 años, con inversión en infraestructura pública, movilización de recursos, la creación de nuevas profesiones y puestos de trabajo.

Hoy en día es uno de los sectores profesionales con más crecimiento económico, creando oportunidades para aquellos que aspiran a un futuro en el mundo del deporte. La gestión deportiva es el campo de la educación relacionado con la industria del deporte.

La industria del deporte se mueve continuamente; por eso es un negocio interesante para emprendedores e innovadores. Se destacaría claramente una nueva tendencia en este sector, que es el uso de la tecnología en deporte. No sólo encaminada a mejorar el rendimiento de los deportistas sino también la experiencia de los aficionados.

Otra tendencia interesante es que marcas como Nike, Adidas y Under Armour están realizando grandes inversiones para digitalizar su gama de productos y el fabricante de bebidas isotónicas Gatorade ha desarrollado una 'botella inteligente' que mide exactamente el consumo o desgaste de líquido de los deportistas durante sus entrenamientos y en competición.

Desde el calzado deportivo, al traje de baño, pasando por la raqueta de tenis y el balón de fútbol, los tecnólogos del deporte han dedicado ingenio, creatividad y conocimientos técnicos para concebir material mejor y más seguro en aras de la excelencia deportiva.

Eso se ha traducido en un mejor rendimiento, en un equipo mejor, más seguro y más eficaz para la práctica del deporte, una medición precisa del rendimiento y una multiplicidad de formas para vivir los eventos deportivos desde todos los lugares y en todo momento.

En el mundo del deporte, las tecnologías nuevas e innovadoras están protegidas en virtud del sistema de propiedad intelectual (P.I.), concretamente mediante patentes. Las patentes protegen las invenciones y facilitan la difusión de la tecnología. Impiden, además, la utilización no autorizada de una invención durante el período de tiempo en el que la patente es vigente.

Por lo general, 20 años. Eso constituye un incentivo para la innovación, en el sentido de dar a los inventores la oportunidad de recuperar las inversiones que hayan efectuado para concebir la invención y de obtener retribución financiera.

A cambio del derecho exclusivo para explotar la invención, el inventor tiene la obligación de divulgar los detalles de la misma, alimentando así el acervo de conocimientos, además de proporcionar una nueva fuente de innovación. Una vez expira el plazo de protección, la tecnología puede ser utilizada libremente por cualquiera.

Las patentes incitan a las empresas a invertir en la concepción y comercialización de productos nuevos y perfeccionados. Además, contribuyen a fomentar el progreso tecnológico, en la medida en que todas las solicitudes de patente son objeto de publicación. Y una vez que se decide comercializar un producto, pasa a estar disponible para todos los fans del deporte.

El ciclo de innovación, fomentado por las patentes, ha inducido una sustitución gradual de materiales naturales (madera, sogas, cuerda y caucho) que se utilizaban

para fabricar equipo deportivo, por una amplia gama de material sintético sumamente perfeccionado, y que incluye aleaciones y polímeros.

Gracias a ese equipo más sólido y a la vez más ligero fabricado a partir de material de alta tecnología, los deportistas de todo el mundo han podido batir nuevos récords y con menores riesgos de lesión y los fans del deporte en todo el mundo han mejorado sus marcas. Entre otras mejoras en ese campo cabe también citar las tablas de surf más estilizadas y rápidas y los guantes más cómodos y antiderrapantes para los porteros de los equipos de fútbol.

Entre el equipo deportivo y de entrenamiento patentado cabe también destacar los trineos, las sillas de ruedas acuáticas, los tacos de salida, los cronómetros, los palos de golf y el equipo para la gimnasia. En el ámbito de los deportes, cabe también referirse a las patentes de que son objeto las bebidas deportivas y de desarrollo muscular y los complementos nutricionales.

El deporte ha evolucionado a la vez que lo ha hecho la sociedad. Tanto a nivel profesional o de élite como a nivel aficionado, el deporte ha sufrido diversas revoluciones, algunas de ellas debidas a inventos tecnológicos.

Pese a la pujanza de la innovación, no todos los deportes se rinden a la tecnología. Es sonado el caso de la negativa del fútbol a introducir el ojo de halcón para detectar goles fantasma, al menos hasta ahora.

Tampoco hay que perder la perspectiva a la hora de decidir qué es tecnología. Puede que hoy haya cosas que nos parecen obvias, pero que en su día cambiaron la forma de practicar y entender el deporte. No toda la tecnología consiste en aparatos electrónicos y gadgets inteligentes.

Por desgracia para todos, al igual que se usa la tecnología en el deporte para bien, también se hace para hacer trampas. El dopaje se sirve de innovaciones técnicas para ir un paso por delante de la legalidad, adulterando los resultados de las competiciones y haciendo mucho daño.

No hay deporte que no haya sufrido revolución tecnológica, de una forma u otra. Algunos como el baloncesto se han mostrado más proclives en este aspecto, mientras que otros se han mantenido al margen. Pero sin duda, nadie escapa a los tentáculos de la innovación.

Capítulo 2

Materiales y métodos.

Métodos:

- Histórico–lógico: el método histórico estudia la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en el decursar de su historia; el lógico investiga las leyes generales del funcionamiento y desarrollo de los fenómenos, logrando explicar la necesidad de elaboración de la propuesta del sistema de juegos.

- Analítico–sintético: constituyen dos procesos cognitivos que cumplen funciones muy importantes en la investigación científica. El análisis es una operación intelectual que posibilita descomponer mentalmente un todo complejo en sus partes y cualidades. La síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión entre las partes.

- Hipotético-deductivo: es aquel que parte de una hipótesis sustentada por el desarrollo teórico de una determinada ciencia, que, siguiendo las reglas lógicas de la deducción, permite llegar a nuevas conclusiones y predicciones empíricas, las cuales a su vez son sometidas a verificación.

- Tránsito de lo abstracto a lo concreto: el tránsito de lo abstracto a lo concreto expresa la transformación del conocimiento científico en su proceso de desarrollo. La abstracción nos ofrece una imagen esquematizada del fenómeno, pero que justamente por ello muestra una relación esencial de este, permitiéndonos determinar los elementos del conocimiento al destacar las particularidades del sistema de juegos.

Del nivel empírico:

- Revisión de documentos: este método fue empleado para profundizar en el estudio y análisis del tema objeto de investigación y los elementos más importantes en las características de la muestra.

- Entrevistas: debe partir de los objetivos generales, los cuales son; obtener información, suministrar información o modificar conducta. Para la recolección de esta información el investigador deberá determinar el cifrado cualitativo.

- Criterio de especialistas: Se aplicó con el objetivo de validar teóricamente la propuesta de ejercicios.

Métodos Estadísticos:

Distribución Empírica de Frecuencia (Cálculo porcentual)

Técnicas estadísticas

- Con la utilización de distribuciones empíricas de frecuencia se determinaron las medias y valores porcentuales de los diferentes indicadores de rendimiento.
- Se determinó la proporción de significación porcentual con la utilización de la prueba.

Resultados de la entrevista

Pregunta 1- La totalidad de los profesores (100%) tienen conocimientos sobre el desarrollo de la innovación en Cuba como fenómeno social en el deporte, estableciendo la importancia de la relación didáctica entre cada una de los mismos.

Pregunta 2- La totalidad de los profesores (100%) conocen de la importancia del desarrollo de la innovación en Cuba como fenómeno social en el deporte.

Pregunta 3- Los 5 profesores (100 %) coinciden en la importancia del desarrollo de la innovación en Cuba como fenómeno social en el deporte, al exponer la necesidad del mismo para cambios posteriores.

CRITERIO DE ESPECIALISTAS

Los especialistas coinciden en un 80% en la factibilidad de la propuesta, en un 100% en la relación didáctica de las tareas planificadas y en un 70% de su posibilidad de generalización. Por lo que podemos plantear la validez de esta investigación para el desarrollo de la innovación en Cuba como fenómeno social en el deporte.

Conclusiones

1. El diagnóstico inicial de los profesores arrojó insuficiencias en cuanto a los resultados en la entrevista aplicada a los mismos.
2. El desarrollo de la innovación en Cuba está concebido a partir de las necesidades y exigencias de los profesores en constante cambio de los mismos.
3. Los especialistas coinciden en la factibilidad de la investigación sobre el desarrollo de la innovación, la relación didáctica de las tareas planificadas y su posibilidad de generalización.

RECOMENDACIONES

Aplicar esta investigación a las demás para establecer criterios de validación práctica de su efectividad en los objetivos que persigue.

Anexos

Cinco ejemplo de Innovaciones deportivas con sus creadores

1. Paul Hawkins: el ojo de halcón

El ojo de halcón fue creado por el Dr. Paul Hawkins en 1999. Al principio se utilizó en cricket, pero en la última década ha dado el salto a otros deportes. Ahora es parte integral de nada menos que 20 deportes, entre los que se incluyen: tenis, bádminton, baloncesto, fútbol, snooker o golf. La NASCAR también se ha apuntado a esta tecnología. Lo que empezó como una humilde startup ahora tiene unos beneficios anuales de 34 millones de euros.

Hawkins creó el ojo de halcón (Hawk-Eye) después de especializarse en IA (inteligencia artificial). Al recibir un premio por parte de la universidad de Southampton Solent ofreció el siguiente consejo: "Encuentra lo que amas y luego vuélcate en ello".

2. Heine Allemagne: El espray que desaparece

Esta espuma inteligente permite a los árbitros realizar marcas temporales que desaparecen por completo después de 60 segundos. Así, los árbitros pueden determinar la distancia a la que tienen que estar los jugadores cuando se ejecute un tiro libre. Esta tecnología está revolucionando el mundo del fútbol.

Allemagne trabajó en su idea durante 14 años antes de que triunfase y fuese utilizada en el Mundial de 2014. Aunque, desde entonces, las cosas se han complicado un poco para el brasileño, pues ahora está inmerso en una batalla legal contra la FIFA para proteger su patente.

3. John McGuire: Game Golf

Desde fuera el golf puede parecer un deporte conservador, pero la realidad es que en él se emplea la última tecnología. Ya sean los palos fabricados con los materiales más exóticos o las bolas diseñadas para alcanzar la mayor eficiencia aerodinámica. Los golfistas son famosos por su pasión por las estadísticas, lo que llevó a John McGuire a poner en marcha en 2010 su Game Golf.

Antes de esto, McGuire había trabajado en el mundo de las telecomunicaciones, los deportes y la tecnología. El inventor comenzó en 2004 con una compañía que ayudaba tanto a los aficionados como a los profesionales. A partir de ahí se dio cuenta de que podría llegar a marcar una gran diferencia en el mundo del golf.

“Nuestra tecnología ‘ponible’ captura todo el juego del deportista”, dice McGuire. Después, esa información se vuelca del partido de forma online, por lo que el atleta puede ver cómo ha jugado y dónde puede mejorar.

4. Dr. Phil Green y Richard Palmer: D30

Puede que pienses que algunos deportes, la ropa para ir en moto y las fuerzas de élite no tienen nada en común. Pero desde hace unos años emplean el mismo material llamado D30.

El material fue descubierto en 1999 por los ingenieros Dr. Phil Green y Richard Palmer, quienes trabajaban en la Universidad de Hertfordshire. En esencia, se trata de una espuma de poliuretano que también tiene partes de un extraño material llamado poliborodimetilsiloxano, un líquido capaz de aumentar su viscosidad en caso de choque. En definitiva, los elementos que se emplean en los protectores D30 son perfectos para absorber la energía.

Green y Palmer solicitaron una patente en 2002. La primera vez que se utilizó este material fue para proteger a los esquiadores de los equipos canadiense y estadounidense en las Olimpiadas de Invierno de 2006. En la última década las protecciones a base de D30 se han usado en multitud de deportes. En la actualidad se emplean para fabricar ropa de motorista, cascos para rugby americano e incluso para proteger los pies de Usain Bolt.

5. Charles Walton: RFID y Zebra

Charles Walton es un ingeniero eléctrico que en la década de los años 70 y 80 logró 10 patentes por su sistema RFID (Identificación de Radio Frecuencia). Gracias a la tecnología de rastreo RFID y a una compañía llamada Zebra, ahora los equipos de la NFL pueden seguir a cada jugador en el campo.

Las etiquetas RFID se pueden poner en casi cualquier cosa y, luego, detectores de campos electromagnéticos son capaces de seguir los movimientos de las etiquetas. Esta capacidad de rastreo es muy útil en los almacenes, pero Zebra decidió emplear la tecnología para controlar también la actividad de las personas.

De esta manera el entrenador ve lo que hace cada jugador durante un partido, usando estadísticas en tiempo real para poder cambiar la táctica sobre la marcha. Ahora las televisiones tienen la posibilidad de recabar y publicar mucha más información durante un partido de fútbol. Así que queremos dar las gracias a Charles Walton y a Zebra porque sus innovaciones han hecho suscitado grandes cambios en diferentes deportes.

Las innovaciones tecnológicas en el deporte

La analítica deportiva y otras metodologías están cambiando la manera en que se desarrollan los deportes. Las innovaciones y tecnologías actuales potencian y aseguran el éxito de este sector.



La innovación en deporte tiene a la tecnología como aliada.

La creatividad no tiene límites y, en la industria del deporte, la **innovación** es constante, ya sea para mejorar el rendimiento del propio deportista como la experiencia del aficionado. Las empresas consolidadas del sector invierten incesantemente en sus departamentos de I+D para no quedarse atrás en esa carrera hacia la innovación, y los nuevos proyectos que nacen buscan satisfacer necesidades que quedan aún por cubrir. Pero si algo tienen en común unas y otras es la tecnología.



Boletín Innovación y Ciencias
del Deporte 3

www.corporacioncienciasdeldeporte.org/innovacion-y-ciencias-del-deporte



Corporación CB

2019



Premio a la excelencia deportiva y a la innovación

El FC Barcelona ha sido distinguido por el portal tecnológico SportTechie como mejor equipo del 2018



El portal de información tecnológica y deportiva **SportTechie** ha distinguido al FC Barcelona como mejor equipo deportivo del 2018 en sus premios anuales. Estos galardones reconocen las aportaciones más destacadas en el mundo del deporte y la innovación, premiando instituciones y profesionales del sector.

Cursos de posgrado de la Universidad de Cádiz

"PROGRAMA DE FORMACIÓN E INTEGRACIÓN PROFESIONAL EN FÚTBOL"

1 Curso de especialización de posgrado (60 ECTS) - Título propio de EXPERTO UNIVERSITARIO EN "AVANCES E INNOVACIÓN EN ENTRENAMIENTO DE FÚTBOL Y DE DEPORTES DE EQUIPO"

2 Cursos de formación específica de posgrado en "AVANCES EN ENTRENAMIENTO NEUROFISIOLÓGICO, BIOMECÁNICO Y PSICOLÓGICO EN FÚTBOL Y EN DEPORTES DE EQUIPO"

Diploma de formación específica de posgrado en "AVANCES EN PREVENCIÓN Y REABILITACIÓN DE LESIONES E INNOVACIÓN EN RECUPERACIÓN DE LA ENTRENADA"



DEPOR

16 de Noviembre 2018
Auditorio Shaheed Egi. ASYS 5to. piso

2do. Congreso Fútbol e Innovación Deportiva

Programación Viernes 16 de noviembre

Bloque 3 - Tips de alto rendimiento

- Conferencia 5 - 1:30 p.m. a 2:15 p.m. - Talento, Felicidad y Cerebro
- Conferencia 6 - 2:15 p.m. a 3:15 p.m. - Entrenamiento Visual en Deportes
- Conferencia 7 - 3:15 p.m. a 3:45 p.m. - Scouting & Analisis de Rendimiento
- Break - 3:45 p.m. a 4:00 p.m.

Bloque 4 - Enseñanzas del Fútbol

- Conversatorio Mundial Italia '90 vs Mundial Rusia 2018 - 4:00 p.m. a 5:30 p.m.
- Certificación - 5:30 p.m. a 6:00 p.m.

Programación sujeta a cambios




LMB

Congreso Internacional de Innovación en el Beisbol

7 y 8 MORELIA, MICHOACÁN DE NOVIEMBRE

#ELBeisEsInnovación

INNOVACIÓN EN EL DEPORTE

I+D+i

Roberto Salas Pinero





CANTERA de CAMPEONES

TEMPORADA 2018/2019

Vive el espíritu Mediterráneo Tecnológico
Categorías: baby, prebenjamín, benjamín, alevín, infantil, cadete, juvenil y senior

25 PLAZAS MÁXIMAS POR EQUIPO EN FÚTBOL 5

Además, se te ofrece la oportunidad de participar a este proyecto gracias a la cooperación:

Operador: 

100 CEDIOS SIGUEN DE TECNOLÓGICO, INNOVACIÓN DE IMPRESIONES 3D, RECIBIDOS EN LAS DIFERENTES CATEGORÍAS QUE ORGANIZAMOS EN NAVARRA, GINEPRA, GARCÍA Y HERNÁNDEZ



El deporte a través de los wearables o dispositivos que interactúan constantemente con nosotros mientras practicamos deporte, desde zapatillas, pulseras de monitorización a smartwatches. A través de estos, el futbolista o deportista de élite, mide su rendimiento y con este su capacidad de mejora.



Venezuela. Ministerio de Deportes y Juventud e Instituto Nacional (s.f.) *“En este sentido la participación social de los actores ha sido casi siempre suplantada a través de... los jóvenes y los dilemas de la inclusión social, educativa y laboral...”*

http://cisne.sim.ucm.es/search~S6*spi?/Xinclusion+social+&searchscope=6&SOR

Morales, Marianela y Noemí Rizo, (2006) Enfoques de interpretación de la ciencia y la tecnología. Las tradiciones de estudio. *Rev. Tecnología y Sociedad*, (3). pp. 26-28

MUÑOZ Vidal J. (2009) *La importancia de la socialización en la educación.*

NACIONES UNIDAS (2003) *Deporte para el desarrollo y la paz.*

NÚÑEZ J; ESPINOSA S (2005). *Determinantes de la pobreza y la vulnerabilidad.*

Núñez, Jorge, (1999) *La ciencia y la tecnología como procesos sociales. Lo que la educación científica no debería olvidar:* Editorial Félix Varela

OLIVERA J. (2008) *Los retos humanísticos del deporte praxis en la sociedad de la Información.*

OSSORIO D; FERNÁNDEZ M (2011) *Valores, deporte y desarrollo moral. Razonamiento moral y legitimidad de tendencias agresivas.*

ORTIZ, J (2002) *El deporte como juego: un análisis cultural.* (Tesis doctoral) Universidad de Alicante. España.

OVIEDO, S (2008) *Historia Antigua del Deporte.*

PARDO GARCÍA, RODRIGO (2008) *La transmisión de valores a jóvenes socialmente desfavorecidos a través de la actividad física y el deporte.* (Tesis Doctoral) Facultad de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (INEF) (UPM).

PAREDES, J. (2002). *El deporte como juego: un análisis cultural*. (Tesis Doctoral)
Universidad de Alicante. España.

PEDROZA R; SANZ J, INSUA A (2003). *El impacto del deporte en la economía: problemas de medición. La importancia económica del deporte*.

PIERNAVIEJA, M. (1969). ¿Qué es el deporte? *Deporte 2000, Vol. XX, (2), pp. 12-15*.

PERONA N Y ROCCHI G, (2000) Vulnerabilidad y Exclusión social. Una propuesta metodológica para el estudio de las condiciones de vida de los hogares. *Revista Kairos, (8), pp. 11-14*