

IDENTIDAD Y REPRESENTACIÓN
SOCIAL ENTRE AFICIONADOS
AL BÉISBOL: CASO DE ESTUDIOS
OLMECAS DE TABASCO

—

José Alfonso Cueto Izquierdo
cueto.jose92@gmail.com

Martha Elena Cuevas Gómez
martha.cuevas@ujat.mx

Aurora Kristell Frías López
aurita3@hotmail.com

UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO, MÉXICO



Para citar este artículo:

Cueto, J., Cuevas, M. y Frías, A. (2019). Identidad y representación social entre aficionados al béisbol: caso de estudios olmecas de Tabasco. *Espacio I+D, Innovación más Desarrollo*. Vol. VIII (19). doi: 10.31644/IMASD.19.2019.a02

RESUMEN

Como parte de los procesos comunicativos que transforman y establecen las dinámicas sociales, la confianza forma parte medular de los cimientos que determinan actitudes hacia instituciones, grupos u organizaciones. Este artículo tiene como objetivo analizar la confianza que demuestran los aficionados con el equipo de béisbol Olmecas de Tabasco. Se determina la relación y comportamiento que existe entre los aficionados al béisbol en relación con los resultados obtenidos en la última temporada a través de un análisis utilizando la teoría de las representaciones sociales como premisa básica para su desarrollo. Para establecer índice de confianza se realizó un seguimiento a la página oficial del equipo y a su vez fue construido un cuestionario de cinco ítems distribuidos entre 100 asistentes al último de los juegos, revelando que el seguimiento del equipo se genera primordialmente por aspectos de identidad, con una menor influencia de las opiniones vertidas en medios de comunicación y con fundamento en resultados anteriores donde este equipo no ha logrado triunfos desde hace 25 años.

Palabras Clave

Confianza, Identidad, Béisbol, Representación Social, Olmecas de Tabasco.

IDENTITY AND SOCIAL REPRESENTATION AMONG BASEBALL FANS: CASE STUDIES OLMECAS DE TABASCO

— *Abstract*—

As part of the communicative processes that transform and establish the social dynamics, the confidence forms a part fundamentally of the foundations that determine attitudes towards institutions, groups or organizations. This article aims to analyze the confidence shown by fans of the Olmec baseball team in Tabasco, which determines the relationship and behavior that exists among baseball fans in relation to the results obtained in the last season through an analysis using the theory of social representations as a basic premise for their development. To establish confidence index, the official page of the team was tracked and a five-items questionnaire was built between 100 attendees at the last of the games, revealing that the team's follow-up is generated primarily by aspects of identity, with a lesser influence of the opinions expressed in the media and based on previous results, where this team has not achieved triumphs for 25 years.

Keywords

Confidence, Identity, Baseball, Social Representation, Olmecas de Tabasco.

La confianza es un elemento primordial para generar relaciones sociales entre los seres humanos por ello, las ciencias sociales como la psicología y sociología se han encargado de su estudio. *Georg Simmel* (citado por Baeza, 2011: p.75) afirmaba en 1906, que «sin la confianza general que los sujetos tienen entre ellos, la sociedad se desintegraría».

De acuerdo a lo anterior, Kong (citado por Beramendi 2016: p.2289): «plantea que la confianza social posee dos dimensiones: la confianza social basada en la buena voluntad y la basada en la competencia».

La primera supone la percepción de que los demás se comportan de manera benévola y no oportunista, mientras que la segunda dimensión implica la opinión de las personas sobre las habilidades, destrezas y desempeño de los demás.

Existen factores que influyen de manera directa en el desarrollo de la confianza, el más conocido es el vínculo que se tiene con familiares, amigos y gente cercana que ha vivido y formado gran parte de nuestras vidas. Por el contrario, la interacción y la relación que se tiene con personas desconocidas es otro factor, ya que no se les conoce con profundidad y puede generar ideas confusas por el hecho de integrarse a un grupo.

DESARROLLO

La confianza en las instituciones es observada como parte de climas sociales y emocionales (Zubieta, Delfino y Fernández, 2008) y a su vez esta comunicación ha sido abordada como un problema social de inseguridad y desempleo, por lo que las instituciones obtienen una mala evaluación de los ciudadanos, generando un clima negativo en su entorno.

La correlación que existe entre la confianza institucional y social es la encargada de promover, regular y garantizar la acción social coordinada entre los ciudadanos (Beramendi, Delfino y Zubieta, 2016), ya que la confianza es necesaria para la formación de instituciones. Sin embargo, una consecuencia importante que esto genera es la baja confianza social, debido a que los niveles de confianza y la relación con la eficacia institucional han disminuido porque los mismos funcionarios encargados de llevar operaciones para ayudar a la sociedad fracasan por no hacer bien su trabajo dentro de ella.

Como menciona Kong (2016) la generación de la confianza está directamente vinculada a la cercanía que se genera entre grupos de personas, lo que implicaría como parte de los procesos sociales, las representaciones que se manejan hacia el interior.

Desde el punto de vista de la confianza y la representación, este vínculo dentro de las dos dimensiones que se manejan hay una que se obtiene gratuitamente y otra que se refleja en las habilidades o resultados que se obtienen.

Para comprender esta relación es necesario entender que las representaciones sociales se entienden bajo formas variadas, más o menos complejas; permiten interpretar lo que nos sucede, y aún dar sentido a lo inesperado. Son categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y las personas con quienes tenemos algo que ver. Son teorías que permiten diseñar la actuación cotidiana. Y a menudo, cuando se les comprende dentro de la realidad concreta de la vida social, las representaciones sociales son todo esto junto. (Moscovici, 1979, p. 472)

Entonces, las representaciones sociales se crean por una gran cantidad de información, imágenes, opiniones, sentimientos y todo aquello que forma parte de nuestra vida cotidiana y que permite la interacción con otras personas para poder vivir. Incluso las personas como sujeto (familiares, amigos, conocidos) y grupos sociales (equipos deportivos, equipos de trabajo), se convierten en representaciones sociales, ya que generan información y conocimientos para la creación de nuevos vínculos.

Moscovici, (1979 p. 17-18) en su libro *El psicoanálisis, su imagen y su público* menciona la teoría de las representaciones, como parte de la conceptualización social en la dinámica de los grupos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas «gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación».

La representación es el cuerpo del conocimiento que se crea través de los pensamientos de la vida cotidiana, a su vez, se convierte en una realidad lógica y socialmente vista para la integración de un grupo e intercambiar puntos de vista que puedan ser escuchados para que exista una retroalimentación entre la imaginación y la realidad. La representación social es conocimiento puro que ayuda a la creación de un comportamiento que forma un sistema en la comunicación entre los individuos para interactuar entre ellos.

También se infieren tres condiciones de emergencia: la dispersión de la información, la focalización del sujeto individual y colectivo, y la presión a la inferencia del objeto socialmente definido.

La información que se tiene nunca es suficiente y por lo regular está desorganizada: «Los datos de que disponen la mayor parte de las personas para responder a una pregunta, para formar una idea a propósito de un objeto preciso, son generalmente, a la vez, insuficientes y superabundantes» (Moscovici: 1979, pp. 176-177).

Para crear un conocimiento objetivo de las cosas, situaciones y pensamientos, se debe organizar la información de una manera congruente y así ejercer opiniones fundamentadas indagando de manera correcta al momento de buscar información. Por ello, el único modo de conseguir un conocimiento que supere las expectativas deseadas, es investigar más de lo que debe, esto para responderse así mismo los cuestionamientos que surjan en la interacción cotidiana dentro de un grupo social determinado.

En la focalización, una persona o una colectividad se focalizan porque están implicadas en la interacción social como hechos que conmueven los juicios o las opiniones. Aparecen como fenómenos a los que se deben mirar detenidamente.

En ocasiones existe una retroalimentación e intercambio de información que se da con la interacción social entre personas, y éstos a su vez inquietan, por ser fenómenos que provocan a la creación de juicios u opiniones dentro de los grupos sociales al que pertenecen.

Para la presión a la inferencia, socialmente se da una presión que reclama opiniones, posturas y acciones acerca de los hechos que están focalizados por el interés público. En la vida corriente, las circunstancias y las relaciones sociales exigen del individuo o del grupo social que sean capaces, en todo momento, de estar en situación de responder.

Dicho en otros términos, para formar parte de un grupo social o por el simple hecho de interactuar por circunstancias con alguna persona, se debe tener una capacidad de respuesta inmediata para mantener el flujo de comunicación activo, lo anterior con la finalidad de que la retroalimentación sea constante, sin nada que la obstaculice. En la vida cotidiana, nos enfrentamos a intercambiar opiniones, adquirir una postura y tomar acciones que son el reflejo del comportamiento humano, inclusive de la misma sociedad en la que vivimos.

Ahora bien, Moscovici (1979) define las representaciones sociales como universos de opinión, estos a su vez son clasificados en tres dimensiones: la información, el campo de representación y la actitud.

Dentro de ellos, la información es la organización o suma de conocimientos con que cuenta un grupo acerca de un acontecimiento, hecho o fenómeno de naturaleza social. Conocimientos que muestran particularidades en cuanto a cantidad y a calidad de los mismos; carácter estereotipado o difundido sin soporte explícito; trivialidad u originalidad en su caso: «Dimensión o concepto, se relaciona con la organización de los conocimientos que posee un grupo respecto a un objeto social» (Moscovici: 1979, p. 45).

Para generar una crítica constructiva acerca de un grupo, persona u objeto, se debe investigar, recopilar, analizar y después hacer uso de la información, construyendo opiniones fundamentadas en conocimiento del tema.

El campo de representación expresa la organización del contenido de la representación en forma jerarquizada, variando de grupo a grupo e inclusive al anterior del mismo grupo. Permite visualizar el carácter del contenido, las propiedades cualitativas o imaginativas, en un campo que integra informaciones en un nuevo nivel de organización en relación a sus fuentes inmediatas. Mora (2002: p.10) menciona que lo anterior «nos remite a la idea de imagen, de modo social, al contenido concreto y limitado de las proposiciones que se refiere a un aspecto preciso del objeto de representación».

Los grupos en ocasiones son representados por personas que tienen un común denominador en la manera de pensar y crear conocimiento, transmiten a las nuevas generaciones el saber, para que la tradición siga su curso y conserve la esencia que la caracteriza, ordenando prioridades con un sistema completamente jerarquizado. Desde las ideas, pensamientos y conocimientos más importantes que ayuden a la resolución de problemáticas y creación de nuevas concepciones.

La representación social también tiene sus atributos en la construcción de la confianza, como plantea Luhmann citado por (Beramendi, Delfino y Zubieta: 2016, p. 2287): «La confianza se convierte en una condición necesaria para la formación de instituciones, pues su ausencia promueve el conflicto social, ya que las instituciones tienen la función de reducir el grado de incertidumbre que genera la complejidad social y otorgarle a los ciudadanos pautas claras que provean de previsibilidad en las interacciones sociales».

Dicho de otro modo, la confianza es la pauta para crear instituciones que ayuden al mejoramiento social y así otorgar a los ciudadanos la oportunidad de realizar interacciones sólidas para desarrollarse plenamente en los grupos sociales.

El Instituto Nacional Electoral (INE) en su Informe *País* (2014) realizó un estudio sobre el nivel de confianza en las instituciones y organizaciones políticas y sociales a nivel nacional, donde el ejército se ubica en el índice de mayor confianza con un 65% y con el más bajo índice de confianza están los diputados por el 20% de evaluación. Estos estándares establecen a organizaciones civiles o deportivas en el medio de la confianza social. En ese sentido, los deportes se convierten en un parámetro de construcción de confianza, ya que la sociedad busca espacios donde puedan participar y generar posibilidades de desarrollo. Equipos o grupos que se convierten en un espacio de representación donde se fomenta la confianza.

Uno de ellos, en México, es el béisbol, regulado a través de la Liga Mexicana de Béisbol (LMB) que establece una estructura con diversas opciones de participación social. El béisbol se ha convertido en una posibilidad de construcción de la confianza entre los habitantes de este país, a través de estas plataformas de participación encuentran formas de expresión y de comunicación, además de fortalecimiento de vínculos comunitarios, convirtiéndose en una alternativa de convergencia entre los ciudadanos.

En los deportes una de las razones por las que se transmiten los juegos, es la identidad que genera un equipo deportivo de la ciudad para con los aficionados. En el Estado de Tabasco el béisbol se ha convertido en un símbolo de representación social desde 1975, cuando los Cardenales (Ahora llamados Olmecas de Tabasco) hicieron su arribo a la Liga Mexicana de Béisbol.

Dentro de las condiciones de esta investigación que determinan el estudio de casos se plantea lo que Stake denomina: «El estudio de la particularidad y de la complejidad de un caso singular, para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes» (1999, p. 11).

Comprendemos entonces que estudiar un caso específicamente identificado es adentrarse a todas las particularidades que lo rodean y conocer la magnitud que puede generar en una investigación, para no perder de vista los elementos que son importantes y que se pueden destacar de él.

Dentro de este parámetro el caso de los Olmecas de Tabasco se ha tomado como prioritario en la sección por la trayectoria profesional del equipo que en su historia ha obtenido dentro de la Liga Mexicana de Béisbol (LMB) un único campeonato en 1993 y además cuenta con doce apariciones en los *Play-offs* desde su afiliación en 1975, es decir su comportamiento deportivo ha estado dentro de los más bajos.

Como indicador en la temporada 2017, los Olmecas de Tabasco perdieron 69 juegos de los 107 disputados en la campaña regular, obteniendo el peor registro en su historia. (Véase en la tabla 1)

Además el número de personas que asistieron al estadio «Parque Centenario 27 de febrero» fue de 71,829 quedando en último lugar, como el equipo con menos asistencia de aficionados en la temporada. (Véase en la tabla 2).

Se muestran a continuación las tablas que contienen una descripción acerca de los partidos jugados y el número de espectadores que asistieron a los juegos puntualizando minuciosamente los resultados obtenidos por los Olmecas de Tabasco.

Tabla 1. Simbología: Partidos Jugados (PJ) Ganados (G) Perdidos (P)

Clasificación General - Temporada 2017			
Conferencia Sur	PJ	G	P
Toros de Tijuana	110	76	34
Monterrey	109	68	41
Monclova	108	67	41
Aguascalientes	110	64	46
Laguna	109	60	49
México	109	57	52
Saltillo	108	44	64
Durango	109	43	66
Conferencia Sur	PJ	G	P
Yucatán	105	63	42
Puebla	110	56	54
Quintana Roo	105	49	56
Veracruz	105	48	57
León	105	45	60
Campeche	106	43	63
Oaxaca	107	40	67
Tabasco	107	38	69

Fuente: lmb. 2017

Como se observa en la tabla, la Liga Mexicana de Béisbol (LMB, 2017) divide en dos conferencias (Norte y Sur) a los equipos participantes, de acuerdo a la zona geográfica en la que se encuentran los Estados. De acuerdo a la clasificación general de la temporada, la mayor cantidad de partidos jugados fue de 110 y la menor 105. Los partidos ganados por un equipo son 76, mientras que 69 es el peor registro que se tiene.

En el caso de los Olmecas de Tabasco, la clasificación general nos indica que jugaron un total de 107 partidos en los que solo ganaron 38 (la menor cantidad entre los 16 equipos participantes) y perdieron 69 (mayor cantidad entre los 16 equipos participantes), ocupando así el peor registro de la Liga Mexicana de Béisbol (LMB) en una temporada regular.

Tabla 2. Simbología: Openings (Aperturas de Local) Average (promedio de aficionados por partido)

Equipo	Asistencia – Temporada 2017		
	Total	Openings	Average
Sultanes de Monterrey	659,791	57	11,575
Toros de Tijuana	608,819	56	10,872
Leones de Yucatán	452,162	49	9,228
Acereros del Norte	392,795	55	7,142
Saraperos de Saltillo	266,847	52	5,132
Vaqueros Unión Laguna	250,596	57	4,396
Rieleros de Aguascalientes	196,439	55	3,572
Generales de Durango	180,118	44	4,094
Pericos de Puebla	152,923	48	3,186
Rojos del Águila de Veracruz	151,671	57	2,661
Tigres de Quintana Roo	147,416	49	3,008
Guerreros de Oaxaca	141,217	58	2,435
Piratas de Campeche	133,641	46	2,905
Diablos Rojos del México	127,671	51	2,503
Bravos de León	108,670	40	2,717
Olmecas de Tabasco	71,829	50	1,437

Fuente: LMB. 2017.

La tabla contiene el número de asistentes en los estadios de la Liga Mexicana de Béisbol (LMB, 2017) en la temporada. Ordenando de mayor a menor cantidad y con un promedio de asistentes aproximado en juegos de local.

El equipo con mayor registro de asistentes en la temporada regular, tuvo 659,791 asistentes en 57 juegos con un promedio de 11,575 espectadores por partido como local. El menor registro que se tiene en total es 71,829 asistentes en 50 juegos (aceptable, tomando en cuenta que 40 es el peor registro de juegos como local) y 1,437 en promedio por juego.

Los Olmecas de Tabasco registraron un total de 71,829 asistentes en 50 juegos como local, promediando 1,437 espectadores en el estadio «Parque Centenario 27 de febrero», teniendo el peor índice en total y promedio de la temporada 2017 de la LMB.

Los resultados de los Olmecas de Tabasco durante los últimos 43 años no han favorecido estadísticamente la consolidación y aparición en los mejores niveles de competencia deportiva a nivel nacional. Su única fortaleza radica en el triunfo que obtuvieron hace 25 años.

No obstante los factores de la representación social que condicionan la confianza hacia grupos, no se encuentra obligadamente determinados como se ha visto teóricamente con los resultados que se obtuvieron. Parten de la identificación, generada por el hecho de formar parte del grupo y a su vez representar un segmento identitario en los entornos sociales.

¿Cómo se ha podido establecer esta dimensión entre la representación y la confianza social en el caso de Los Olmecas de Tabasco? Por la integración que generan al ser parte de la sociedad a la que pertenecen, aun cuando sus resultados no sean recíprocos al apoyo de los aficionados en cada juego.

MÉTODO

Esta investigación de propósito descriptivo se realizó bajo un método cuantitativo con una muestra probabilística estimada conforme al número promedio de asistentes a los partidos del equipo situada en 673 aficionados durante los 107 partidos del 2017.

Partiendo de un nivel de confianza del 95 por ciento y un margen de error del 9% se realizaron 101 encuestas en el último partido de la temporada con un cuestionario de cinco ítems, para evaluar la comunicación de confianza de los aficionados con el equipo de béisbol Olmecas de Tabasco.

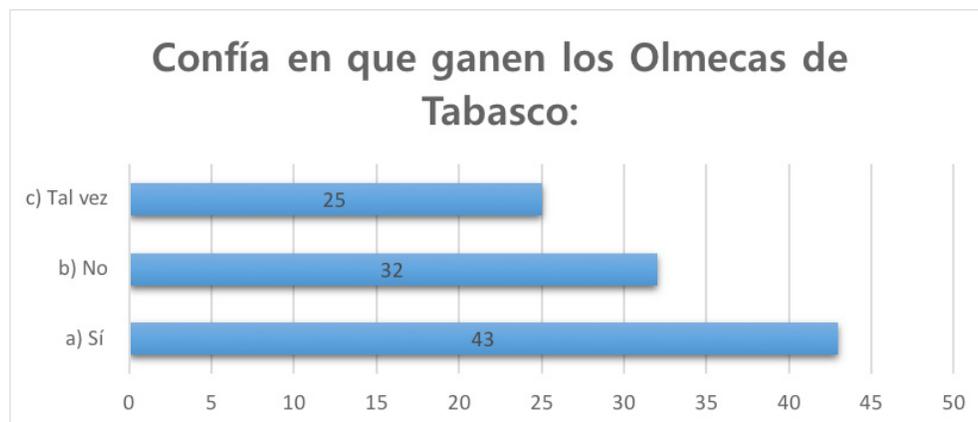
Como un método adicional se realizó un análisis web de las publicaciones del equipo a través de la única fuente activa en la red social Twitter previo y posterior al encuentro que cerró la temporada 2017.

RESULTADOS

La confianza que tienen los aficionados para con los Olmecas de Tabasco dentro de los resultados negativos que obtuvieron en la temporada regular, es considerable, ya que el equipo es la representación social más importante que tiene el Estado, por el hecho de tener un estadio y equipo de béisbol profesional, en este sentido los resultados arrojan que el 43% de la afición tienen la certeza que ganarán el último juego.

Sin embargo, el 32% restante opinó que su confianza hacia ellos no es suficiente en estos momentos, por la temporada desastrosa que tuvieron. Y un 25% restante de los encuestados dio el beneficio de la duda para un resultado positivo/negativo del juego.

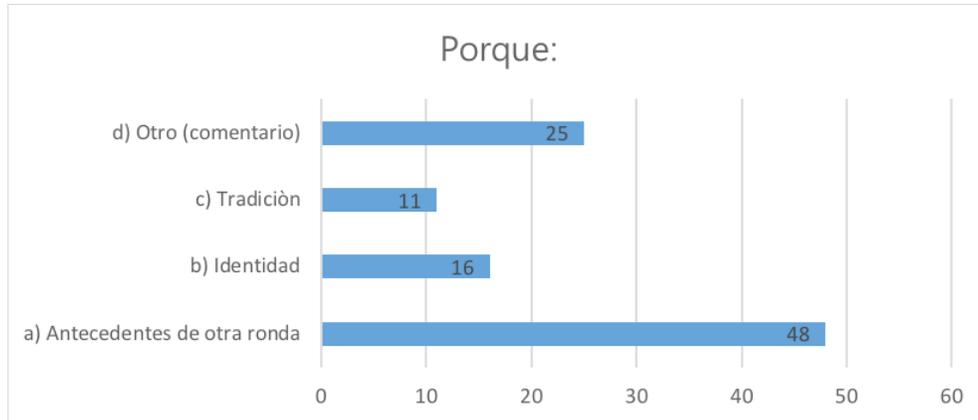
Gráfico 1. Confianza de aficionados en el último juego de la temporada 2017



Fuente: Elaboración propia.

El motivo principal de la confianza entre aficionados para ganar el último juego se basa con el 48% de las encuestas, principalmente en los antecedentes positivos que el equipo ha obtenido a lo largo de su historia y si bien tienen 24 años sin ganar un título de la Liga Mexicana de Beisbol, siguen apoyando incondicionalmente en cada juego. Mientras el 25% decidieron utilizar la fuerza de su voz y comentar que la pésima administración de la directiva es culpable por el ridículo que hicieron en la temporada 2017 y que jugadores no daban su máximo desempeño profesional. Por su parte, el 16% sienten una identificación con el equipo porque recuerdan las épocas ganadoras que fueron acrecentando la popularidad entre los aficionados y que las nuevas generaciones quieren ver. El 11% de las personas respondieron que ir al estadio donde cada vez que juegan los Olmecas, se ha vuelto una tradición, incluso de generación en generación porque se ha transformado en representación social que mueve los grupos sociales.

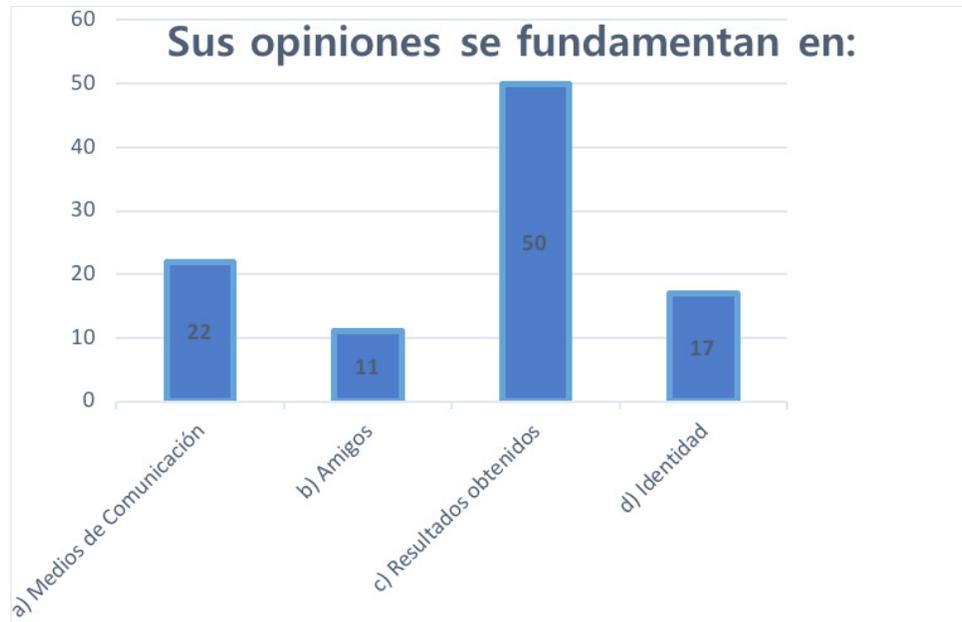
Gráfico 2. Motivos de confianza en aficionados de Los Olmecas de Tabasco



Fuente: Elaboración propia

Las opiniones que las personas emiten, son fundamentadas por el conocimiento y confianza que se genera con las experiencias de la vida cotidiana. En el caso del béisbol, los aficionados de Olmecas de Tabasco con el 50% de la encuesta, basan todas sus opiniones en los resultados obtenidos en la temporada, dicho de otra forma, en lo que ellos observan dentro y fuera del campo de juego, por tanto el equipo se convirtió en una fuerte representación social para ellos dejando en segundo lugar a los medios de comunicación con el 22% (Prensa escrita, Televisión y Radio), manteniéndose informados pero no emitiendo una opinión contundente de lo que leen, ven y escuchan en ellos. La identidad con el 17% es la respuesta que los aficionados comunican como la tercera opción para fundamentar sus opiniones, pues no basta sentirse identificados con el equipo si no existen resultados alentadores que puedan fortalecerla. El 11% restante comenta que platicar con amigos ayuda al intercambio de información, escuchando puntos de vista diferentes que fortalezcan las relaciones personales y se conviertan en especialistas del tema en cuestión.

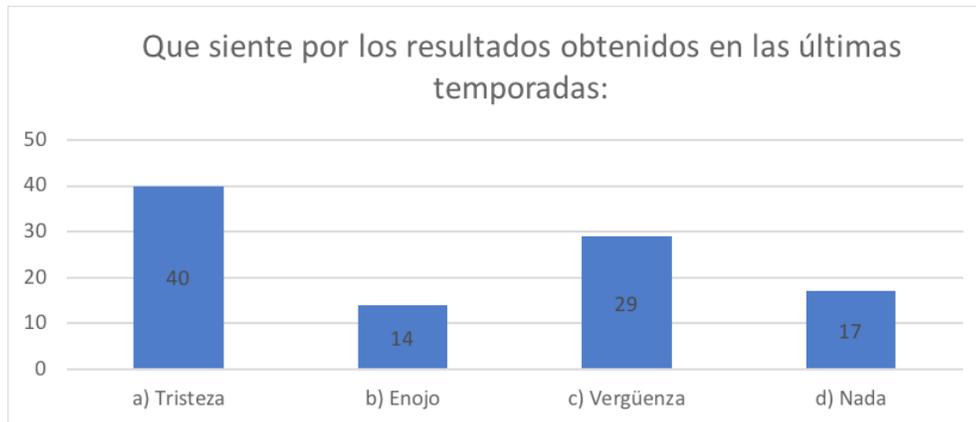
Gráfico 3. Fuentes de la comunicación para la construcción de la confianza entre aficionados de Los olmecas de Tabasco



Fuente: Elaboración propia.

Los sentimientos que los aficionados expresaron el último juego de la temporada y por los resultados negativos de años anteriores, hace que la confianza que ellos tenían para con el equipo, sea vulnerable, a pesar que los Olmecas de Tabasco siguen siendo una fuerte representación social que mueve multitudes. Por esta razón al 40% de las personas les da tristeza ver cómo el equipo está hundido en la mediocridad y los resultados de años anteriores son negativos, incluyendo la campaña 2017, la peor de su historia. El 29% siente vergüenza de ver al equipo perder siempre, aunque mantienen la esperanza de contemplar resultados positivos del equipo en un mediano plazo. No transmitir ningún sentimiento es síntoma de descontento, por ello el 17% comenta no tener ningún sentimiento por el equipo, simplemente ya están acostumbrados a las derrotas que los Olmecas de Tabasco les entregan todos los años. El enojo es demostrado por el 14% de los asistentes al juego, pues consideran que no existe reciprocidad del equipo con buenos resultados, ya que siempre apoyan incondicionalmente hasta el último momento.

Gráfico 4. Sentimientos más significativos de los aficionados por los resultados obtenidos en las últimas temporadas por el equipo de béisbol Olmecas de Tabasco



Fuente: Elaboración propia.

ANÁLISIS DE CONTENIDO WEB DESDE LA RED SOCIAL

La red social Twitter se ha convertido en el medio de comunicación más importante para el equipo de béisbol Olmecas de Tabasco, ya que cuenta con mayor actividad de información cuando se juegan los partidos de temporada regular, permitiendo así la interacción en tiempo real con sus seguidores.

La cuenta oficial de los Olmecas de Tabasco, presenta de manera numérica un total de 62,971 seguidores, quienes depositan su confianza y requieren mantenerse informados de lo acontecido con el equipo cuando juegan dentro y fuera del Estado. Por ello, hasta el 9 de agosto de 2017, fecha en la cual se jugó el último partido de la temporada en contra de los Piratas de Campeche, la cuenta tenía un total de 32,014 publicaciones. Estas publicaciones contienen información referente a las giras, fechas, horarios, alineación de jugadores, resultados finales, reacciones del antes y después de cada juego, mensajes de agradecimiento para la afición.

En el último partido de la temporada en contra de los Piratas de Campeche, se postearon dos publicaciones en la cuenta oficial de Twitter. La primera publicación hacía referencia para asistir al estadio y apoyar al equipo, la cual no generó ningún comentario, sin embargo, 4 personas reaccionaron con un «like» y compartieron la información en sus cuentas antes del inicio del juego. La segunda fue de agradecimiento para la afición por su apoyo incondicional en toda la temporada, después de finalizado el juego los resultados fueron de 33 comentarios en apoyo para jugadores y rechazo para la directiva por el mal manejo del equipo, a su vez, 46 seguidores dieron «like» y 22 compartieron la publicación en sus cuentas. (Twitter, 2017)

CONCLUSIÓN

La representación social se da por el intercambio de conocimientos, imágenes, opiniones y sentimientos que se generan entre las personas y los grupos sociales, con el fin de reforzar e intercambiar información de suma importancia en las relaciones cotidianas y los núcleos por las que se rige la sociedad moderna.

Estas representaciones establecen a su vez símbolos que se traducen en esquemas de confianza y se convierte en un elemento central para la generación de un comportamiento basado en las habilidades y/o actitudes de personas que tienen la responsabilidad de ser una imagen representativa ante el público.

Como parte de estas condiciones la representación social, la identidad y la confianza juegan un rol indispensable en los seres humanos, al establecer un sentido de pertenencia hacia una persona o grupo con la que sientan identificarse. Estos tres ejes centrales constituyen una vinculación en el caso de estudio con la realidad social del equipo de béisbol Olmecas de Tabasco.

La confianza que provoca el equipo de béisbol Olmecas de Tabasco con los aficionados se basa completamente en los resultados que éstos puedan conseguir durante la temporada regular, porque a mayor cantidad de juegos ganados mayor fortalecimiento de la confianza y lo que se convierte en un intercambio donde logros obtenidos se convierten en apoyo.

Dentro del estudio se logró comprobar que la representación social, la confianza y la identidad de los aficionados que asisten al estadio para ver jugar al equipo, se construye a partir de la retroalimentación que se genera en su entorno social y no necesariamente por los resultados negativos durante los últimos 24 años.

El intercambio de información y la retroalimentación entre aficionados refiere una construcción de confianza y representación social, esta no se ve influida por la opinión que los medios virtuales publican, donde las derrotas de años anteriores es un referente para ellos.

El equipo de béisbol Olmecas de Tabasco es la mayor representación social, deportivamente hablando, que existe en el Estado de Tabasco. Los aficionados basan su conocimiento y opiniones en los últimos 24 años que, sin tener un logro importante dentro de la Liga Mexicana de Béisbol, representa un símbolo de confianza e identidad muy fuerte en la sociedad, por el intercambio y aprendizaje de nuevos conocimientos que pasa de generación en generación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baeza Correa, J.** (2011). Juventud y confianza social en Chile. Última Década, 34, 72-92. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19518452007>
- Beramendi, M., Delfino, G., & Zubieta, E.** (2016). Confianza Institucional y Social: Una Relación Insoslayable. Acta de Investigación Psicológica. *Psychological Research Records*, 2286-2301. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=358945983005>
- Instituto Nacional Electoral.** (2014). *Informe País sobre la calidad de la ciudadanía en México*. México. Obtenido de http://portalanterior.ine.mx/archivos2/s/DECEYEC/EducacionCivica/Informe_Pais_actualizacion_15102014.pdf
- Liga Mexicana de Béisbol.** (23 de agosto de 2017). *Liga Mexicana de Béisbol*. Obtenido de <http://www.mismarcadores.com/clasificacion/t2vDGL9I/Cxw9EYoJ/#table;overall>
- Liga Mexicana de Béisbol.** (23 de agosto de 2017). *Liga Mexicana de Béisbol*. Obtenido de http://www.milb.com/milb/stats/stats.jsp?t=l_att&lid=125&sid=125
- Mora, M.** (2002). *La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici*. Athenea Digital, 1-25. Obtenido de <http://www.raco.cat/index.php/Athenea/article/viewFile/34106/33945>
- Moscovici, S.** (1979). *Psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.
- Stake, R.** (1999). *Estudio intensivo de los métodos de investigación con estudio de casos*. En R. Stake, Investigación con estudios de casos (págs. 11-12). Madrid: Ediciones Morata, S.L. Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Investigacion-con-estudios-de-caso.pdf>
- Red Social Twitter de los Olmecas** (9 de agosto de 2017). Obtenido de <https://twitter.com/OlmecasTabasco>
- Zubieta, Elena Mercedes; Delfino, Gisela Isabel; Fernández, Omar Daniel.** (2008). Clima Social Emocional, Confianza en las Instituciones y Percepción de Problemas Sociales. Un Estudio con Estudiantes Universitarios Urbanos Argentinos. *Psykhe*, 1-12. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=96717102>