

## **TEMA**

La difusión de actividades deportivas a través de los medios de comunicación impresos y su incidencia en los deportistas de la ciudad de Babahoyo.

# **CAPÍTULO I**

## **1. CAMPO CONTEXTUAL PROBLEMÁTICO**

### **1.1. Situación nacional, regional y local o institucional**

Para alcanzar un punto de vista más amplio de la facilidad de la información profesional, se debe entender la necesidad de pasar de un extremo a otro las formas tradicionales de comunicación, por otros más ajustados a la época actual.

Ya paso el período cuando el hombre se comunicaba por medio de señales, en la actualidad se vive una realidad concreta, nuestro medio se encuentra invadido por variadas formas de comunicación, la prensa escrita, radial, televisiva y de internet, medios indispensables para la supervivencia social, de las cuales todos formamos parte, por la información que recibimos o emitimos en algunos casos.

En la actualidad la rivalidad existente entre los medios de comunicación, quienes patrocinan diferentes posturas (políticas o ideológicas); sobre todo aquellos grupos económicos influyentes que tienen estos medios para llegar a las masas populares; o son medios

estatales cuyo fin es promocionar su gobierno; religiosos (prensa religiosa), o son medios llamados independientes.

Actualmente, los medios de comunicación utilizan la sección “editorial” para emitir el pensamiento del diario, publican cartas de los lectores en la sección de “opinión de los lectores” ; en nuestro país es fácil observar como los medios han sido utilizados para fines políticos, muchos medios se identifican con la derecha o izquierda de los partidos políticos, por ejemplo, los derechistas acusan a Diario “El Telégrafo” de ser un medio izquierdista (es de conocimiento público que el estado lo absorbió) a lo cual los militantes de los partidos políticos llamados de izquierda acusan a los medios de comunicación como los diarios, Hoy, El Universo, El Comercio, La Hora , etc., que son los que difunden intereses de la llamado política derecha ecuatoriana.

Ante la creciente popularidad de otros medios de comunicación, la prensa escrita se a visto obligada a mejorar en muchos casos en sus contenidos, debo mencionar, que frente a los medios audiovisuales, la prensa escrita demuestra la ventaja de dar más referencias sobre las noticias y de informar desde otro punto de vista, los acontecimientos que se suscitan, elaborando un sistema estratégico de comunicación interna que contribuya al flujo de información oportuna y relevante en cada sección, en este caso sería para nosotros, la deportiva.

Una de las ventajas que se tiene en los medios de comunicación impresos es que dicha noticia que se publica, pasa etapas diferentes, el periodista busca la información la cual la podríamos denominar el nacimiento de la noticia, luego la redacta, la cual sería su vida y a diferencia de otros medios no muere. La información que se generó no pierde validez, ya que queda como material para recordar y en algunos casos ha servido para recopilar información de alguna noticia generada, la cual es conocida como “valor histórico”.

La actividad deportiva nos ayuda a desarrollar destrezas físicas y mentales, los beneficios que contribuye a quienes lo ejercen son muchos, ya que ayuda a mantener el cuerpo y la mente sanos, mejorando el desempeño de las actividades diarias, permitiéndonos a la vez podernos dirigir con respeto, ser solidarios, promoviendo valores y también hábitos de higiene.

## **1.2. Situación problemática**

A pesar de la importancia del deporte y sus beneficios para las personas, muy pocos medios hacen referencia de lo importante que son las actividades deportivas, lo cual ayudará significativamente en su desarrollo, mental y físico en el ser humano.

La situación económica que atraviesan los medios de comunicación, los cuales se financian con espacios publicitarios, que en muchos casos ciertos funcionarios piensan que con la contratación de un espacio publicitario, cuyo fin es de difundir la labor efectuada por esta institución, se confunde por la obligación de emitir solo comentarios favorables; la presencia de los medios de comunicación para efectuar las coberturas de eventos deportivos en los cuales participa nuestra provincia o representantes locales, muy pocas veces se da, es fácil observar como nuestros deportistas al momento de partir hacia alguna competencia, lo efectúan sin la cobertura de los medios de comunicación, la realidad cambia cuando él o ella, o también ellos o ellas, logran alguna posición estelar en la competencia en algunos casos, dependiendo también la disciplina deportiva que lo logre, y también la importancia que tenga el mismo, - que para muchos medios influyen- para poder realizar la cobertura.

### **1.3. Problema de investigación**

#### **1.3.1. Problema general**

¿De qué manera influye la difusión de actividades deportivas a través de los medios de comunicación impresos en los deportistas de la ciudad de Babahoyo?

### **1.3.2. Problemas específicos**

¿Cómo la orientación del comunicador social en los medios de comunicación impresos influye en la práctica deportiva?

¿Porque la motivación del comunicador social en los medios de comunicación impresos influye en la práctica deportiva?

## **1.4. Delimitación de la investigación**

### **1.4.1. Nivel Delimitador Temporal**

La presente investigación se la realizó en el año 2012

### **1.4.2. Nivel Delimitador Espacial**

El presente estudio de investigación se la aplicó a deportistas del cantón Babahoyo, Provincia de “Los Ríos”

### **1.4.3. Unidades de Observación.**

- Entrenadores deportivos del cantón Babahoyo.
- Periodistas deportivos del cantón Babahoyo.
- Deportistas y ciudadanía del cantón Babahoyo.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo General**

Analizar de qué manera influye la difusión de actividades deportivas a través de los medios de comunicación impresos en los deportistas de la ciudad de Babahoyo.

### **1.5.2. Objetivos específicos.**

Conocer cómo la orientación del comunicador social en los medios de comunicación impresos influye en la práctica deportiva.

Determinar porque la motivación del comunicador social en los medios de comunicación impresos influye en la práctica deportiva.

## **1.6. Justificación**

A lo largo de la evolución de la humanidad, la necesidad de comunicarse se acentuó cada vez más, en la época actual constituye un reclamo universal y una preocupación de todos los sectores sociales, deportivos y educativos.

Lo que conlleva a la elaboración del presente proyecto, es haber observado en estos últimos 10 años, como nuestros deportistas han logrado importantes torneos nacionales e internacionales, sin que los medios de comunicación hayan estado presentes para efectuarles la cobertura necesaria al momento de su partida, y sorprendentemente estos mismos medios ni siquiera realizan el seguimiento para conocer que ha sucedido con ellos y se limitan luego a un boletín de prensa que debe emitir la federación deportiva para poder ahí sí, efectuarles una cobertura pequeña, en el caso de ser un deporte sin mucha aceptación en la comunidad o más amplia en el caso del fútbol.

Como se comentará en esta investigación se proponen varias formas de difundir las actividades deportivas, los deportistas y de esta forma conseguir mayor cantidad de lectores lo que ocasionara, mayores ingresos económicos.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1. Alternativas teóricas asumidas

De acuerdo con el funcionalismo, la información tiende a interpretarse como un conjunto de datos que disminuyen la incertidumbre, los cuales son entonces una especie de informadores y transformadores del individuo y de la sociedad, no existe el problema de contradicción entre la comunicación y la información cuando esta es comprobada. La sociedad de la información, es un concepto que se encuentra en plena evolución y que ha alcanzado en el mundo diversos niveles de desarrollo.

Con esta evolución tecnológica se está transformando el modo de operación de los profesionales de la comunicación, La información tiende a interpretarse como un conjunto de datos que disminuyen la incertidumbre, son entonces una especie de informadores y transformadores del individuo y la sociedad. Para lo cual es necesario plantear, ¿Cuál es el rol que los comunicadores sociales en el ámbito deportivo deben efectuar? Estos deben proponer e impulsar, las competencias que un comunicador debe poseer a la hora de desenvolverse laboralmente.

Por lo cual, un comunicador social debe poseer el conocimiento necesario, la tecnología, actualmente le significa una herramienta fundamental para acceder a obtener este conocimiento, pero lo más fundamental es el uso correcto que se haga de estas herramientas informáticas para poder destacarnos como profesionales de la comunicación. Sin embargo, depende de nosotros como profesionales, conocer estas formas de comunicación, de la habilidad para realizarlas depende muchas veces el éxito.

## **2.2. Desarrollo de categorías de análisis**

### **Prensa escrita**

El termino prensa escrita es referente a lo de publicaciones impresas, la diferencia es su periodicidad, la cual puede ser diaria (los llamados diarios), bi-tri-semanario (2 o 3 veces por semana), semanario (una vez por semana), quincenal (2 mensuales), mensual (cada mes, más utilizados en revistas), trimestral (son en su mayoría institucionales), semestral (cada seis meses) o anual (cada año, también en instituciones).

Desde la aparición de la imprenta, el cual se convirtió en el primer medio para la comunicación de masas y quienes dieron la posibilidad de origen del periodismo. La función más destacada que la prensa periódica posee, son las de informar, orientar, entretener y educar.

## **Tipos de prensa escrita**

El **periódico** es la publicación periódica que presenta noticias (crónicas, reportajes) y artículos de opinión o literarios. Los artículos no firmados se consideran la opinión del editor (o artículo editorial). Además, suele proporcionar información diversa a sus lectores: meteorológica, bursátil, de ocio o cultural (como programación de cine y teatro), de servicios públicos (como farmacias de guardia, horarios y líneas de transporte o cuestiones similares), y a veces incluye tiras de prensa y diversos tipos de pasatiempo. Las ediciones dominicales suelen incluir diversos tipos de suplementos. En ocasiones, se incluyen regalos o diversos tipos de promociones comerciales para incentivar su compra.

Los periódicos generalistas se destinan al público en general, por lo cual su estilo es claro y conciso, y su contenido muy variado, pero siempre dividido en dos secciones generales: información y opinión, divididas a su vez en sub-secciones: información nacional, internacional, local, sociedad, cultura, ciencia, salud, economía, deportes, agenda, anuncios, etcétera y, en el caso de la opinión, en: editorial, artículos de fondo, cartas al director, columnas, críticas (taurina, cinematográfica, televisiva, deportiva, teatral, musical), crónicas, humor gráfico, etc.

Los periódicos pueden estar más enfocados a temas específicos como, por ejemplo, las finanzas (prensa económica), la política, la

información local (prensa local), los sucesos, los acontecimientos sociales (prensa del corazón), etc.; en cuyo caso se habla de periódicos especializados. En ocasiones se la designa por colores: prensa amarilla o sensacionalista, prensa salmón o económica (por el color del papel en que se imprimen algunos prestigiosos periódicos financieros), prensa del corazón o rosa (la que trata sobre la vida de personas famosas). También existe una prensa infantil.

Algunos periódicos han adquirido fama por su aceptación de alguna sección en particular, ya sea que la sección sea destacada a comparación de otros periódicos, o que ésta tenga algún distintivo peculiar; por ejemplo, un periódico en una sociedad de publicación de varios periódicos puede atraer más clientela porque su sección de "anuncios clasificados" goza de fama de ser mucho más completa.

La **prensa diaria** se distingue por la impresión en papel barato, esta moderna representación de divulgación ha habitado una gran transformación que le ha permitido resistir mejor a la competencia de los medios virtuales en la actualidad.

La posibilidad de recibir información *en directo*, primero a través de radio y televisión, y desde finales del siglo XX por internet (periodismo digital), ha terminado suprimiendo la diferencia que existía entre la prensa

matutina y la prensa vespertina, que se vendía por la mañana y por la tarde respectivamente.

### **Difusión y venta**

En la mayoría de los casos, los ingresos provienen de la venta de espacios publicitarios, los cuales dependen también de la aceptación que tenga este medio de comunicación, en un gran porcentaje de la venta de publicidad estatal, y también provienen de la venta de sus ejemplares el mismo que lo cancela el usuario lector, el cual es adquirido en los puestos de venta o a través de los canillitas que lo expenden.

La falta de información para conocer con exactitud el número de ejemplares que salen en circulación, es la que debería servir en algunos casos para poder fijar el precio para los avisos publicitarios.

### **Características personales**

- Que sean capaces de estudiar y simplificar en forma objetiva la realidad política, social, cultural y deportiva de nuestra sociedad.
- Facilidad en su expresión ya sea escrita u oral, para comunicarse con los demás, esto con la finalidad de efectuar la comunicación por el medio de comunicación.

- Que sean capaces de influir positivamente en las actitudes y comportamientos de una sociedad.
- Que se tenga un conocimiento científico y técnico para poder desempeñarse de manera efectiva en las diferentes áreas en las que este inmerso, proporcionando así, un aporte positivo a su labor de comunicador.
- Perceptivos y consecuentes de los roles sociales que nos demanda la sociedad actual.
- Capaces de actuar y vivir de acuerdo a los principios éticos y profesionales, lo cual le permitirá tener una visión clara de la realidad social, económica, política, deportiva del país, esto para poder solidarizarse con la sociedad en general...
- Herederos de una sabiduría moral y ética, además de tener respeto y dedicación por su profesión.

### **El comunicador como debe redactar**

En la actualidad, los comunicadores deben manejar un lenguaje sencillo que le permita llegar con facilidad a sus lectores, oyente, o televidentes, una buena dicción, vocalización, escritos, simbología, etc., y que su contenido sea muy accesible para poder llegar en nuestro caso al lector.

## **Comunicador Social**

Un comunicador social debe tener como finalidad principal la función de orientar y educar al lector.

Un requisito indispensable para poder tener una buena conversación, son el conocimiento profundo de buenas ideas, el desarrollo progresivo de la capacidad de adaptación y el toque social.

En la mayoría de los casos para causar una buena impresión y aumentar el número de ventas del medio de comunicación impreso, es necesario escribir con un lenguaje muy fácil de entender.

## **Comunicador Deportivo**

Es la persona encargada de recolectar la información que se genera en todos los ámbitos deportivos en general. Esta persona debe tener un conocimiento profundo acerca de las reglas de juego en los deportes y contar con una amplia documentación para exponer sus ideas; éste planea con anticipación el modo de acción apropiado, se esforzará en llevar la conversación de modo que pueda sostener una conversación amena sin molestar a su interlocutor.

La conversación de asuntos deportivos es una prueba de habilidad y requiere de una mente alerta, facilidad de palabra, táctica estratégica y rapidez en decisión.

### **La Conversación del Comunicador**

La finalidad del escritor, es convencer a la gente y en muchas ocasiones entretenerlo, dependiendo de la información que se esté emitiendo, los temas deben hacerse según el interés, la edad y el sexo de aquellos con quienes se hablen; un mismo tema puede servir de base de discusión para grupos diferentes, pero enfocándolo desde puntos de vista distintos. Por ejemplo, una persona que discute de fútbol con su hijo de 11 años, no lo hará de la misma manera cuando hable con su grupo de amigos.

Si estamos informados de lo que ocurre a nuestro alrededor, con la práctica lograremos desarrollar la capacidad de hablar sobre temas de interés general. El hacer preguntas oportunas o comentarios “inteligentes” representa siempre un acierto en toda conversación.

### **Gestos y Ademanos del Comunicador**

Un comunicador social cuando busca la información que se está generando, para poder lograr obtenerla de muy buena manera deberá

tener un trato cortés, dejando que sus gestos lo acompañan normalmente al lenguaje, contribuyendo a darle vida y animación. Son movimientos positivos, reveladores de la personalidad, siempre que sean naturales y espontáneos, le permitirán con suma facilidad llegar a recolectar la información necesaria, los gestos contrarios pueden distraer la atención de lo que se está expresando y debido a ello nadie se fija en lo que menciona el comunicador, sino en cómo lo menciona, además que en la formulación de preguntas demostrar que se tiene el suficiente conocimiento en el tema.

### **Necesidades de los medios de comunicación en el desarrollo de un evento deportivo.**

Lo necesario para un medio de comunicación, en muchos casos son muchas y pocas a la vez, depende de cómo se quiera trasladar a la audiencia el evento deportivo, pero lo cierto es que da, la competencia y la exigencia de la audiencia, con lo cual el producto cada vez se vuelve más complejo.

En un principio lo importante era estar allí, en el sitio donde pasaban las cosas; bastaba con mandar a una persona que era reconocida por la audiencia, de su confianza, para que escribiese lo acontecido en el partido.

Pero la situación era esa, con el esfuerzo efectuado con el enviado especial, la demanda de cobertura fue en auge, más en el caso de la prensa escrita, la empresa había cumplido, había dado servicio.

Así llega una etapa en que la diferenciación del producto, no se delimita a que es nuestro destino mediático quien nos cuente las cosas, si no que la competencia entre medios, lleva lógicamente a mejorar el producto, entre otras cosas ofreciendo más, llevando evidentemente a mejorar el producto, más conexiones, más puntos de vista, más entrevistas.

En la actualidad los medios de comunicación se han visto obligados con la finalidad de mejorar la información que se genere en los escenarios deportivos, actualmente se envía dos o tres reporteros – fotógrafos, con el objetivo de tener todos los pormenores desde diferentes perspectivas lo que acontece en un escenario, luego copilando la información y editando la misma con la finalidad de mantener bien instruido al lector.

Es evidentemente más personal el que requeriremos en nuestro dispositivo pero también más medios y si puede ser, medios más ágiles.

Fue sin duda lo que sucedió con la telefonía móvil lo que, en concreto en la prensa escrita, marcó un antes y un después.

En un inicio la colocación de los dispositivos giraba en torno al lugar donde se situaba el punto de conexión telefónica. Era muy tradicional ver en un sitio delimitado de un campo de fútbol, habitualmente en el palco de prensa o desde algún sitio del escenario deportivo, o donde se tenía una buena posición de la actividad deportiva, toda una fila de periodistas que más que hablar, en algunos casos seguían minuciosamente lo que acontecía en el mismo, y mencionando a través de su móvil o escribiendo lo que sucedía para hacerlo conocer a la audiencia.

De hecho, en más de una ocasión, todavía hoy habrán escuchado ustedes como por el periódico que han elegido, muchas personas empiezan a emitir comentarios como si fueran propios, es decir se adueñan de la información y ya es materia para discutirlo con el amigo, vecino, es decir el periodista que redactó infundió una idea de lo que observo, desde su punto de vista lógicamente.

Pasaron aquellos años entrañables en los que vivimos peligrosamente y llegó, como decía, el internet. Esta nueva oportunidad tecnológica permitió ofrecer cuanta información se quisiera. Ya no dependíamos de aquellos puntos fijos de conexión, las oportunidades eran todas, se podía estar en varios sitios a la vez, intercalar puntos de

referencia en una misma opinión. Fue, como decía, un antes y un después.

La Prensa escrita por su parte, también gana en velocidad de tener informados a los lectores sea virtuales o no, gracias a las nuevas tecnologías puede disponer de la ubicación de páginas, jugar con colores y colaborar a efectuar cuantos detalles quiera en un tiempo record, de modo que una competición que se da a las diez de la noche ahora tiene perfecta cabida en la edición de la mañana.

Indiscutiblemente, ante tanta demanda y tanta solicitud de los lectores, lo de una sola cámara, establecida sola en un sitio del escenario ya pasó a la historia. En ese caso hay que buscar los sitios adecuados con la finalidad de efectuar una mejor labor periodística, lo que significara una mayor cantidad de lectores por el trabajo efectuado.

La tecnología ayudo en muchos deportes también a efectuar un mejor trabajo, ya no solo a los periodistas sino también en los escenarios deportivos donde se efectuaban las competencias, cámaras ubicadas en todos y cada uno de los sitios del campo teledirigidas para seguir por ejemplo: el esférico a lo largo de toda la banda, micro-cámaras en las redes de las porterías para visualizar con todo detalle el momento del gol, el momento en el que el balón se introduce en la portería, o para poder efectuar en las pruebas de velocidad en atletismo la llamada “foto finish”.

Expresemos que ese es el prototipo de todo lo que se puede hacer para dar una buena cobertura a un evento deportivo.

Asimismo hay que establecer que con otras variables, la luz, la visibilidad de la ubicación de la cámara, la seguridad también no es cuestión insignificante, aporta positivamente al deporte es sí.

En Estados Unidos de Norteamérica, hay mucha afición al ciclismo y de seguro se habrán dado cuenta de lo importante que tiene una toma aérea, muchos medios realizan la cobertura desde este sitio para darnos una panorámica de la prueba que se efectúa, es impresionante observar a los deportistas y afición que se vuelca a observar los hermosos paisajes, escenarios majestuosos, o también el impresionante lleno de un escenario deportivo, esto llega al lector causándole una gran impresión

A manera de conclusión, lo que se busca es detectar y entender las necesidades de la audiencia y hacerlas compatibles con las necesidades del medio, para que el resultado sea lo que debe ser un espectáculo.

## **Como obtener recursos para la cobertura de eventos deportivos**

Para poder obtener los recursos, primordialmente proceden de la publicidad en sus distintas vertientes, mencionemos que es la marca que se convierte en principio publicitario,

Para empezar necesitaremos efectuar un cronograma de las actividades deportivas que se efectuaran, coordinaremos con la Federación Deportiva de la localidad, cuáles serán los torneos previstos para este año, así mismo a las escuelas deportivas de la localidad, se les preguntará las competencias a participar en el año, a los clubes profesionales, donde y cuando iniciaran sus trabajos.

Con estos clubes deportivos, coordinaremos la situación mutua de apoyo, por un lado el medio brindará la cobertura a la competencia en la que participen, y a cambio de ello se llevara impreso en su camiseta la publicidad del medio, este será el primer paso.

Con la finalidad de publicitar al deportista, cuya finalidad será el de motivarlo en su participación, se entrevistará a sus familiares, compañeros, los mismos que indirectamente se convertirán en lectores de nuestro medio de comunicación y consumidores de nuestra publicidad.

En los colegios también se efectúan los llamados juegos internos, aquí realizaremos la cobertura del mismo, entrevistando a los competidores, quienes también se volverán nuestros consumidores.

Si se cubren los eventos deportivos, la motivación y satisfacción de los deportistas y sus familiares, llegara a aumentar los consumidores de nuestro medio, e indirectamente ayudaremos a fomentar las actividades deportivas en nuestra ciudad.

### **La Motivación y Satisfacción en el deportista.**

El desarrollo de los medios de comunicación, ha incidido que se profesionalice el mundo del deporte. Esto ha llevado a hacer la polémica, ya que en la actualidad para el deportista puede llegar a ser más significativo la fama o sus ingresos, que el propio acto deportivo en sí, es ahí donde se juega un papel fundamental como medio para impulsar a la motivación en el deportista, más en el aspecto de beneficio de su salud, que el dinero.

Se puede definir a la motivación como el impulso y el esfuerzo para satisfacer un deseo o meta. En cambio, la satisfacción está referida al gusto que se experimenta una vez cumplido el deseo.

Podemos decir entonces que la motivación es anterior al resultado, puesto que esta implica un impulso para conseguirlo; mientras que la satisfacción es posterior al resultado, ya que es el resultado experimentado.

### **Influencia del grupo en la Motivación:**

Las personas tratan de satisfacer al menos una parte de sus necesidades, colaborando con otros o un grupo. En él, cada miembro aporta algo y depende de otros para satisfacer sus aspiraciones.

Es frecuente que en este proceso la persona pierda algo de su personalidad individual y adquiera un complejo grupal, mientras que las necesidades personales pasan a ser parte de las aspiraciones del grupo.

Es importante señalar que el comportamiento individual es un concepto de suma importancia en la motivación. Tiene como características el trabajo en equipo y la dependencia de sus integrantes. Para que pueda influir en un grupo, el entrenador no debe tratarlo como un conjunto de individuos separados, sino como un grupo en sí.

Cuando los entrenadores quieran introducir un cambio lo más apropiado sería aplicar un procedimiento para establecer a la necesidad

del cambio ante varios miembros del grupo, y dejar que ellos de alguna manera, logren que el grupo acepte el cambio.

Es común que los integrantes de cualquier grupo, escuchen y den más importancia a lo que dice otro miembro del grupo que a las personas que sean ajenas a éste.

Cuando se trata de grupos se deben tener en cuenta ciertos requisitos básicos para lograr la motivación:

Saber a quién poner en cierto grupo de trabajo

Desplazar a un inadaptado

Reconocer una mala situación grupal

Las diversas investigaciones realizadas han demostrado que la satisfacción de las aspiraciones se maximiza cuando las personas son libres para elegir su grupo de trabajo, además la importancia que tienen los medios de comunicación en el momento de la cobertura, la cual los motiva para tratar de conseguir algún objetivo, además del hecho de leer la cobertura efectuada en el medio de comunicación que la efectuó.

De la misma forma, las satisfacciones de cada entrenador se acentúan en tales condiciones, tal vez se debe a que cada uno trabaja con deportistas a los que estima, con quienes prefiere colaborar y los ajustes del comportamiento son relativamente pequeños.

## **La influencia de los medios locales, en los deportistas.**

En la actualidad los medios de comunicación han popularizado solo el fútbol, es increíble ver la cantidad de cobertura que se le da, el cual definitivamente ha influido en la masificación de este deporte,

Nuestros deportistas se sienten marginados al ver el seguimiento de este deporte popular, muestra de aquello se dio en las olimpiadas anteriores, cuando un deportista desconocido que simplemente había logrado la marca para llegar a la competencia, muy pocos medios le hicieron un seguimiento, el atleta Alex Quiñones sorprendía al mundo al pasar la primera ronda y así sucesivamente hasta llegar a la final del torneo, ya no era el fútbol, la portada principal en deportes de los diarios, un atleta esmeraldeño acaparaba la información, ahí conocimos realmente quien era él, ya se la hacía un seguimiento a este deportista, importaba ahora sí, su familia, donde vivía, que trabajo efectuaba en su preparación, salía a la luz pública la realidad de nuestro país, el abandono de los medios en efectuar un seguimiento a nuestro deportistas, a raíz de su logro mundial, la vida de este deportista, cambio.

Este, solo es un ejemplo de lo que acontece en nuestro país, si nos pusiéramos a ubicar más, quedarían cortas estas páginas para detallarlas, esa es la realidad de nuestro país.

Es lamentable que aquellos niños que tienen talento para alguna actividad deportiva, no sean ayudados por los medios, quienes influyen para que practiquen fútbol, la cobertura que se da a este deporte y su publicación en los medios incide para que ellos lo escojan.

Indudablemente que muchos deportistas, al ser ayudados en otros países por los medios de comunicación, quienes orientan de acuerdo a sus capacidades, para que ellos escojan la actividad deportiva; en 1994 EE.UU de Norteamérica, organizaba el mundial de futbol, deporte que no era muy aceptado por los habitantes de dicho país, siendo los más populares el básquet, el beisbol, atletismo, volley, etc., lo popularizo con la participación de estrellas mundiales también en su liga de futbol, este deporte y muestra de aquel trabajo efectuado hace ya más de 18 años, genero el crecimiento de participación en los niños y jóvenes, todo esto apoyado por los principales medios de comunicación que efectúan la cobertura periodística respectiva.

De acuerdo al profesor Rafael Aguirre entrenador de futbol de la Federación Deportiva de Los Ríos menciona, “los medios escritos muy pocas veces dan la cobertura a los entrenamientos de los chico, esperan que haya culminado una competencia y ver su ubicación final para de acuerdo a eso publicarlo en su medio, para nuestros deportistas cuando llegan a alguna competencia se sorprenden el ver la cantidad de periodistas que llevan las delegaciones de Guayas, Pichincha, incluso del

oriente ecuatoriano, la facilidad de palabra de los deportistas para dar una entrevista, mientras que los nuestro casi ni hablan por temor”.

En la labor de cada entrenador esta la de fortalecer a los deportistas, pero indudablemente los medios impresos juegan un papel fundamental, a pesar de la cobertura que se da al futbol, Jefferson Montero salió casi de la nada, la sorpresiva contratación de este deportista al Emelec, hizo que primero se difundiera por los medios nacionales, haciéndose eco luego los medios locales, a él le consultaron cuanto incidió un medio de comunicación en su decisión de ser futbolista y manifestó en aquel entonces “leía a diario las noticias deportivas, era un seguidor de la parte de deportes en estos medios, y ahí me propuse ser un futbolista, me sirvió de guía y desde ese momento me incline por este deporte”

Casos como el de Montero, tenemos al por mayor en nuestra ciudad, otro entrenador, en este caso de la disciplina de básquet el profesor Sandry Sánchez, menciona “acá muy pocos medios vienen, los deportistas cuando ven una cámara o algún periodista se sorprenden, se ponen nerviosos, es poco común observar a los medios de comunicación difundir este deporte en nuestra ciudad, la masificación del deporte se da con la ayuda de los medios, inculcando a los padres de familia a inclinarse por alguna actividad deportiva, algunos piensan que sus hijos son buenos solo para el futbol y cuando se los rechazan, ya nos los dejan

practicar ningún otro deporte, se ha dado en algunos casos que no fueron buenos para el fútbol, pero salieron buenos basquetbolistas”.

La selección masculina de básquet, participo en los juegos nacionales para menores, ante todo pronostico se ubico como campeón nacional, destronando a potencias como Guayas, Pichincha, a cuyas selecciones se les había facilitado de todo incluyendo la cobertura periodística, a nuestra provincia que contaban en su gran mayoría con seleccionados de nuestra ciudad, no había ningún medio acudido, incluso manifestaron los chicos que ni los dirigentes creían en ellos y solo estuvieron para la final, solo preocupados para la fotografía pero sin llevar los cronistas de los medios, limitándose luego de dos semanas a difundirlo mediante una rueda de prensa, casi ya cuando se habían olvidado los deportistas de este logro.

Para la psicóloga Virginia López nos mencionó que “ si los medios ayudaran a nuestros jóvenes difundiendo las actividades deportivas que dan en nuestra ciudad no habría demasiada delincuencia al mantenerlos distraídos en algún deporte, así mismo ayudaría a los padres de familia a inducir a sus hijos la práctica de algún deporte y no tenerlos horas frente al televisor, computadora, teléfonos etc., los medios influirían de manera positiva en la determinación de nuestros jóvenes y niños” concluyo.

Deportistas como Diana Piza, Glenda Miranda, Estefanía Valverde, Héctor Ezeta, Héctor Colombatti, Álex Fernández, Luis Alcívar, Juan Monar, Carlos Alvarado, entre otros más, han vivido en carne propia la realidad de nuestra prensa deportiva, la poca cobertura que se le da, esa es la realidad de nuestra ciudad, este trabajo investigativo nos permitió conocer aún más esta problemática, que esperemos con nuestra sugerencia cambie para bienestar de nuestros hijos.

### **2.3. PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS**

#### **2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL**

Si difundimos las actividades deportivas a través de los medios de comunicación impresos motivaremos la práctica de los deportistas de la ciudad de Babahoyo.

#### **2.3.2. HIPÓTESIS PARTICULARES.**

La orientación del comunicador social en los medios de comunicación impresos mejorara la práctica deportiva.

La motivación del comunicador social en los medios de comunicación impresos incrementara la práctica deportiva.

## **2.4. Variables**

### **2.4.1. Variables independiente**

El trabajo del comunicador social en los programas deportivos

### **2.4.2. Variables dependiente**

Práctica deportiva

## 2.5. OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

CATEGORÍAS O CONCEPTO	VARIABLES	INDICADORES	ITEMS
<p><b>El trabajo del comunicador social.</b>- Gestionar la imagen y la reputación de la compañía a través de la administración de la comunicación y otros intangibles afines a través de auditorías, planes y programas.</p> <p><b>La orientación activa</b>, persistente y selectiva que caracteriza al comportamiento es el fenómeno motivacional de base, que se expresa, bajo una multiplicidad de formas según el tipo de conducta (innata o adquirida, por ejemplo) y el nivel de desarrollo del organismo. Esta concepción implica que la motivación es al mismo tiempo fuente de actividad (aspecto dinámico) y de dirección (aspecto direccional); o más precisamente, da cuenta de la conducta como actividad dirigida.</p>	<p>-La orientación del comunicador social en los medios de comunicación impresos</p> <p>-Orientación a los deportistas a la práctica deportiva</p>	<p>-Existencia -Cobertura -Temas</p> <p>-Información -Orientación</p>	<p>-¿Existen medios escritos que difunden las actividades deportivas en la ciudad? -¿La difusión de actividades deportivas por la prensa escrita cubren las expectativas de la ciudadanía? -¿La prensa escrita difunde temas sobre la práctica deportiva?</p> <p>-¿Los medios de comunicación impresos informan a los deportistas sobre la práctica deportiva? -¿Los medios de comunicación impresos orientan a los deportistas a la práctica deportiva? -¿Los medios de comunicación impresos orientan la práctica deportiva?</p>

## OPERACIONALIZACION DE LAS HIPOTESIS

CONCEPTOS	VARIABLES	INDICADORES	ITEMS
<p><b>El trabajo del comunicador social.</b>- Gestionar la imagen y la reputación de la compañía a través de la administración de la comunicación y otros intangibles afines a través de auditorías, planes y programas.</p> <p><b>La motivación.</b>- Aparece en muchos autores behavioristas como un término global y poco científico para designar la influencia de una variedad de estados fisiológicos sobre el comportamiento.</p>	<p>La motivación del comunicador social en los medios de comunicación impresos</p> <p>La práctica deportiva</p>	<p>-Existencia -Cobertura -Temas</p> <p>-Motivación</p> <p>-Predisposición</p>	<p>-¿Existen medios escritos que difunden las actividades deportivas en la ciudad?</p> <p>-¿La difusión de actividades deportivas por la prensa escrita cubren las expectativas de la ciudadanía?</p> <p>-¿La prensa escrita difunde temas sobre la práctica deportiva?</p> <p>-¿Los medios de comunicación impresos motivan a los deportistas sobre la práctica deportiva?</p> <p>-¿Los deportistas presentan predisposición para la práctica deportiva?</p> <p>-¿Los medios de comunicación impresos motivan al mejoramiento de la práctica deportiva?</p>

## **CAPITULO III**

### **3. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.**

En la presente investigación se empleó la modalidad de campo y documental:

De campo porque se realizaron encuestas comunicadores sociales, entrenadores, deportistas y ciudadanía del cantón Babahoyo, y

Documental por apoyarse en las referencias científicas y de profesionales en el área comunicacional y deportiva.

#### **3.2. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.**

Los tipos de investigación a emplearse son: descriptivas y explicativas.

Descriptivas, por cuanto a través de la información obtenida se va a clasificar elementos y estructuras para caracterizar una realidad

y, Explicativa, porque permite un análisis del fenómeno para su rectificación.

### **3.3. POBLACIÓN**

La población de estudio está determinada en 132000 habitantes del cantón, en su área urbana. Distribuidos entre periodistas deportivos, ciudadanía y deportistas.

### **3.4. MUESTRA**

Total de Encuestas:

$$M = \frac{N}{E^2(n-1) + 1}$$

#### **Simbología**

M = Total de muestra

N = Total de la población

E = margen de error (de 0.01 hasta 0.10)

Periodistas deportivos y a deportistas y a la ciudadanía en general.

$$M = \frac{N}{E^2(n-1) + 1}$$

$$M = \frac{132.000}{(0.05)(300.000 - 1) + 1}$$

$$M = \frac{132.000}{(0.0025) (131.999) + 1}$$

$$M = \frac{132.000}{329.9975 + 1}$$

$$M = \frac{132.000}{330,9975}$$

$$M = 398.79 = 399$$

Las encuestas se aplicarán a las 399 personas, distribuidas de la siguiente manera 250 deportistas, 70 entrenadores, 19 periodistas deportivos y 60 ciudadanos del cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos.

### 3.5. FUENTES DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN.

Siendo este trabajo netamente investigativo utilizare como fuentes de investigación las siguientes:

#### Fuentes primarias.

- Encuesta directa al recurso humano (estudiantes del octavo a décimo de básica y docentes del plantel) en relación con la situación objeto de estudio.

## **Fuentes secundarias.**

- Análisis de documentos e Internet.

## **3.6. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **3.6.1. MÉTODOS**

**Método Inductivo.-** Va de lo particular a lo general. Es decir, partí del conocimiento de cosas y hechos particulares que se investigaron, para luego, utilizando la generalización y llegué al establecimiento de reglas y leyes científicas.

**Método deductivo.-** Este proceso me permitió presentar conceptos, principios, reglas, definiciones a partir de los cuales, se analizó, se sintetizó comparó, generalizó y demostró.

**Método descriptivo.-** Lo utilice en la descripción de hechos y fenómenos actuales por lo que digo: que este método me situó en el presente.

No se redujo a una simple recolección y tabulación de datos a los que se acompaña, me integro el análisis reflexión y a una interpretación

imparcial de los datos obtenidos y que permiten concluir acertadamente mi trabajo.

### **3.6.2. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

**Observación:** Esta técnica nos ayuda a explorar situaciones poco conocidas la misma que nos permitirá recolectar información para encontrar la búsqueda a la solución de los problemas en la investigación.

**Entrevista:** Mediante contacto directo con el personal docente, director, alumnos, se recaudó la información necesaria sobre técnicas activas en el desarrollo del aprendizaje significativo

**Encuesta:** Es la técnica que a través de un cuestionario permite recopilar datos de toda la población o de una parte representativa de ella.

### **3.7. TÉCNICAS DE PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS DE RESULTADOS.**

Una vez concluida la aplicación de la entrevista, procederemos a clasificar la información y a tamizar, primero en forma general por cada extracto y luego pregunta por pregunta, para elaborar los gráficos estadísticos que correspondan al análisis e interpretación de los

resultados obtenidos y poder sacar las respectivas conclusiones y recomendaciones

### **3.8. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.**

- Consulta a expertos
- Visita a bibliotecas y librerías.
- Recopilación de material bibliográfico y documental
- Aplicación de instrumentos de investigación.

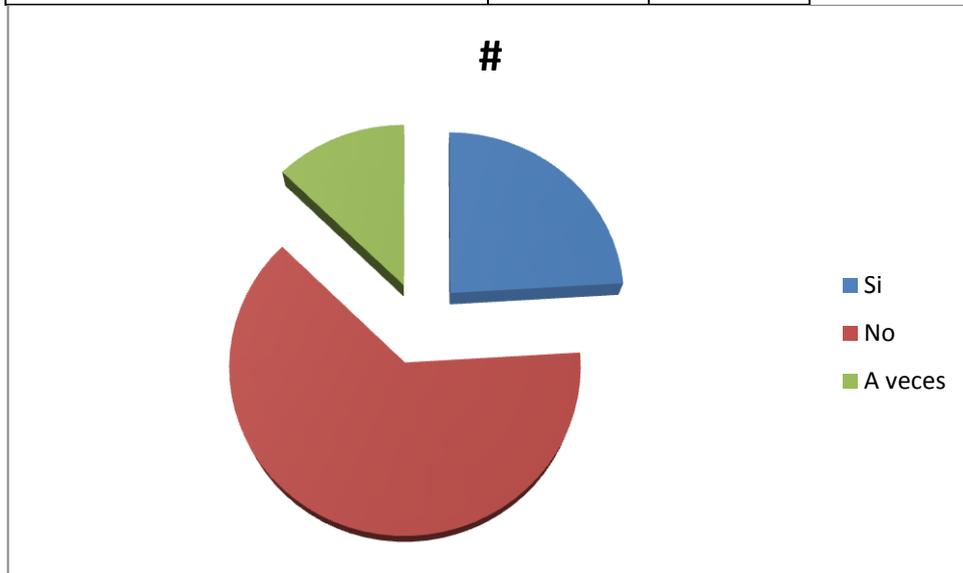
## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

#### 4.1.- Preguntas dirigidas a los periodistas deportivos y ciudadanía

1).- ¿Existen medios escritos que difunden las actividades deportivas en la ciudad?

Respuesta	#	%
Si	19	24
No	50	63
A veces	10	13
Total	79	100



#### Análisis

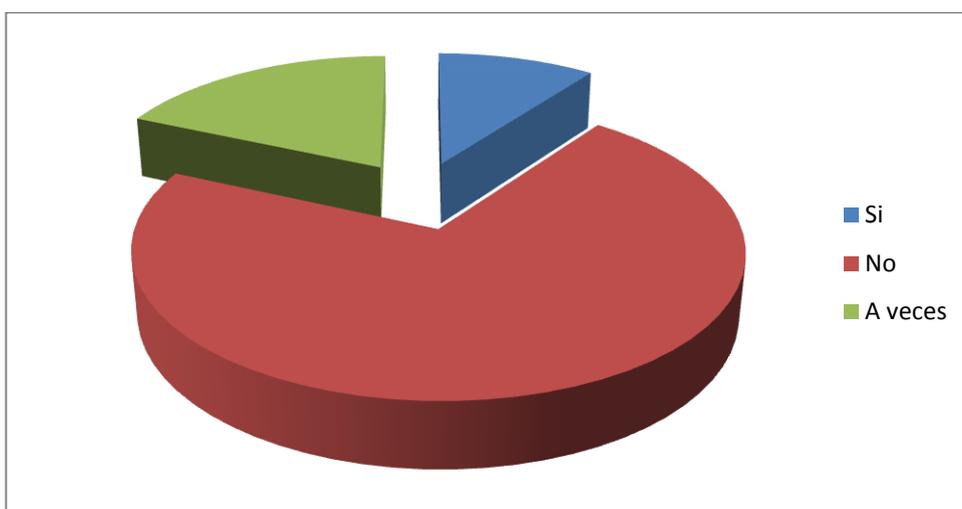
De la investigación realizada, el 24% de los encuestados manifiestan que si existen medios escritos que difunden las actividades deportivas en la ciudad, el 63% que no y el 13% a veces.

#### Interpretación

En la ciudad existen medios escritos que difunden pocas veces las actividades deportivas.

2).- ¿La difusión de actividades deportivas por la prensa escrita cubren las expectativas de la ciudadanía?

Respuesta	#	%
Si	10	13
No	50	63
A veces	19	24
Total	79	100



### **Análisis**

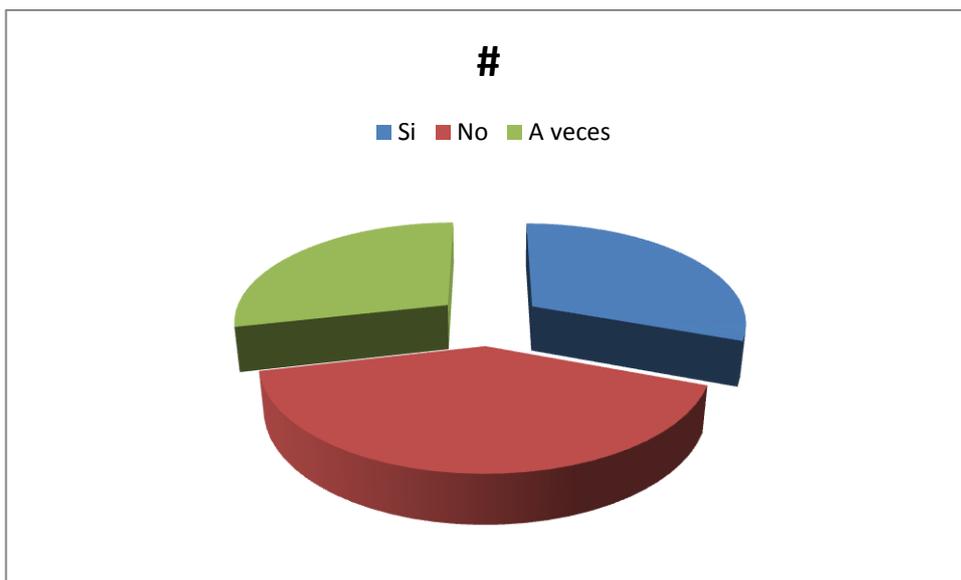
De la investigación realizada, el 13% manifiesta que la difusión de actividades deportivas por la prensa escrita cubren las expectativas de la ciudadanía, mientras que un 63% dice que no y un 24% dice que solo a veces.

### **Interpretación**

La difusión de actividades deportivas por la prensa escrita pocas veces cubren las expectativas de la ciudadanía.

3).- ¿La prensa escrita difunde temas sobre la práctica deportiva local?

Respuesta	#	%
Si	20	25
No	40	51
A veces	19	24
Total	79	100



### **Análisis**

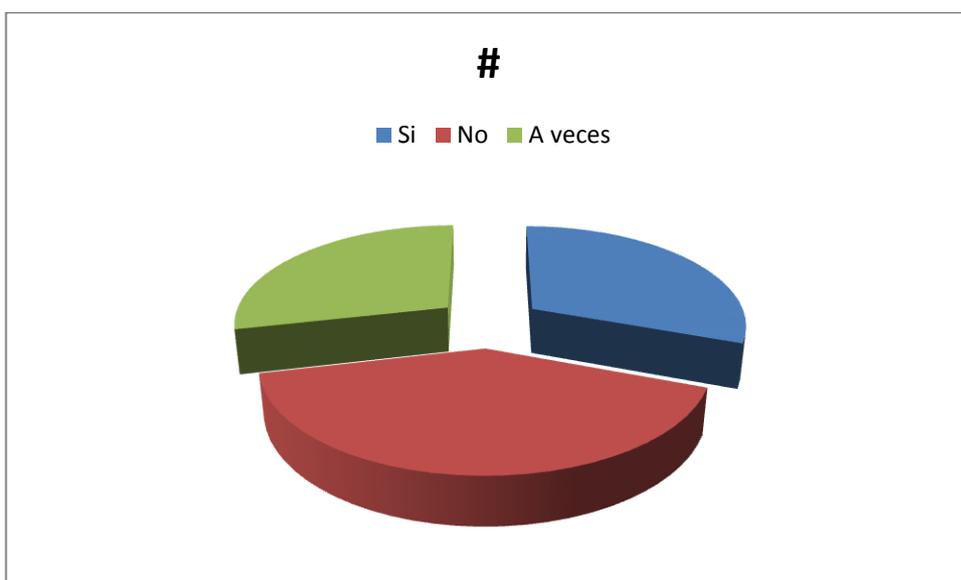
De la investigación realizada, el 25% manifiesta que la prensa escrita difunde temas sobre la práctica deportiva local, mientras que un 51% dicen que no y otro 24% dice que a veces.

### **Interpretación**

Pocas veces la prensa escrita difunde temas sobre la práctica deportiva local

4).- ¿Los medios de comunicación impresos informan a los deportistas sobre la práctica deportiva local?

Respuesta	#	%
Si	20	33
No	30	50
A veces	10	17
Total	60	100



### **Análisis**

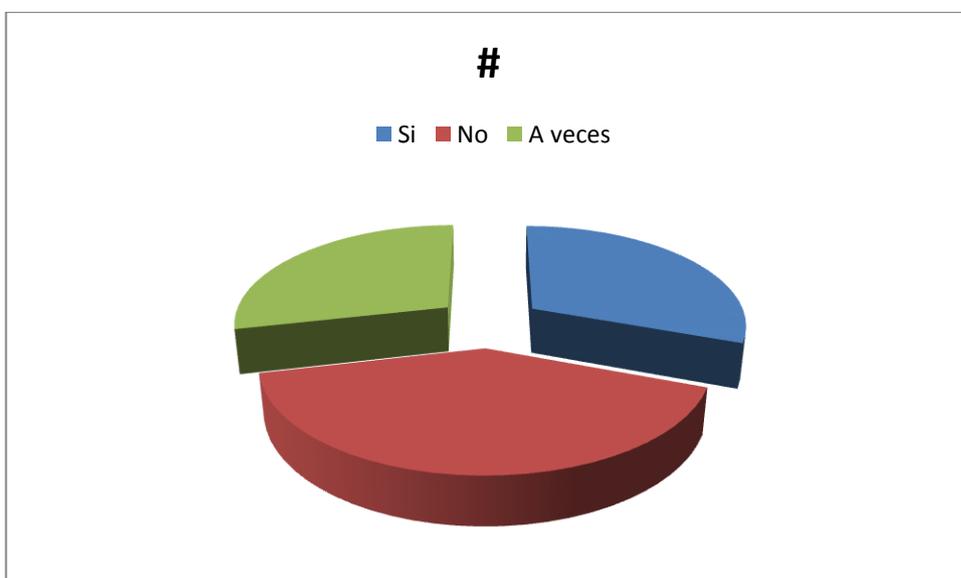
De la investigación realizada, el 30% manifiesta que los medios de comunicación impresos informan a los deportistas sobre la práctica deportiva local, mientras que un 41% dicen que no y otro 29% dice que a veces.

### **Interpretación**

Son pocos los medios de comunicación impresos informan a los deportistas sobre la práctica deportiva local.

5).- ¿Los medios de comunicación impresos orientan a los deportistas a la práctica deportiva local?

Respuesta	#	%
Si	20	25
No	40	51
A veces	19	24
Total	79	100



### **Análisis**

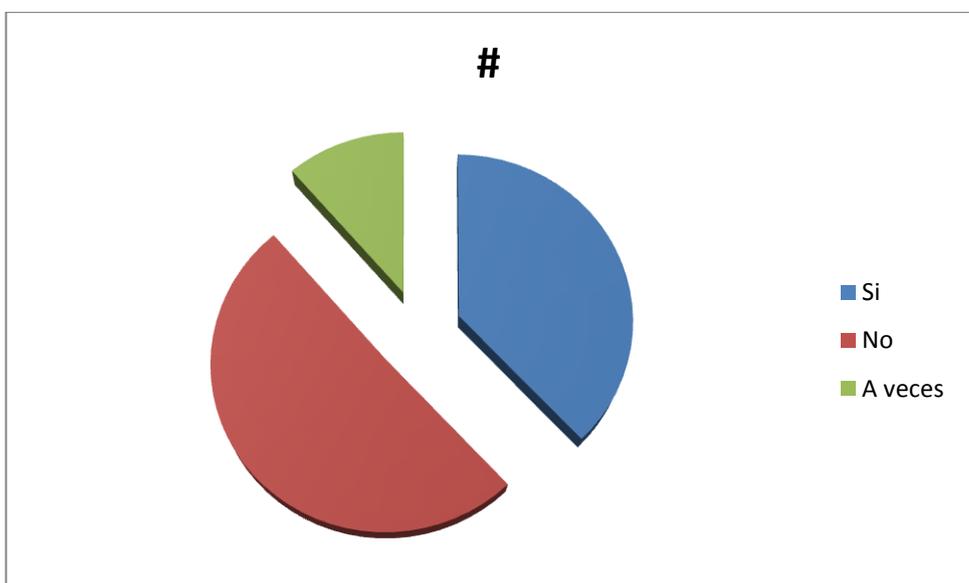
De la investigación realizada, el 25% manifiesta que los medios de comunicación impresos orientan a los deportistas a la práctica deportiva, mientras que un 51% dicen que no y otro 24% dice que a veces.

### **Interpretación**

Son pocos los medios de comunicación impresos que orientan a los deportistas a la práctica deportiva local.

6).- ¿Los medios de comunicación impresos orientan la práctica deportiva local?

Respuesta	#	%
Si	30	38
No	40	51
A veces	9	11
Total	79	100



### **Análisis**

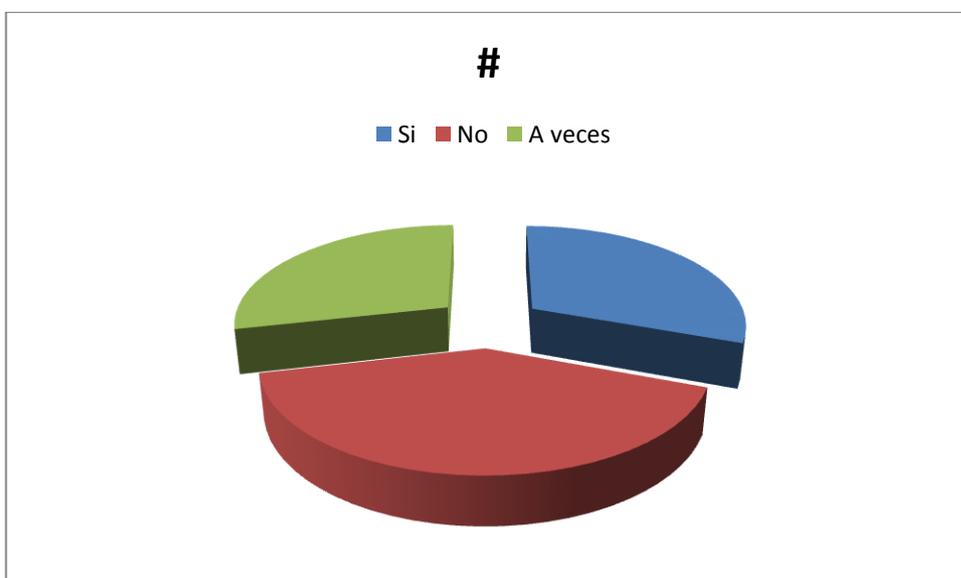
De la investigación realizada, el 38% manifiesta que los medios de comunicación impresos orientan la práctica deportiva, mientras que un 51% dicen que no y otro 11% dice que a veces.

### **Interpretación**

Son pocos los medios de comunicación impresos que orientan la práctica deportiva local.

7).- ¿Los medios de comunicación impresos motivan a los deportistas sobre la práctica deportiva?

Respuesta	#	%
Si	20	25
No	30	38
A veces	29	37
Total	79	100



### **Análisis**

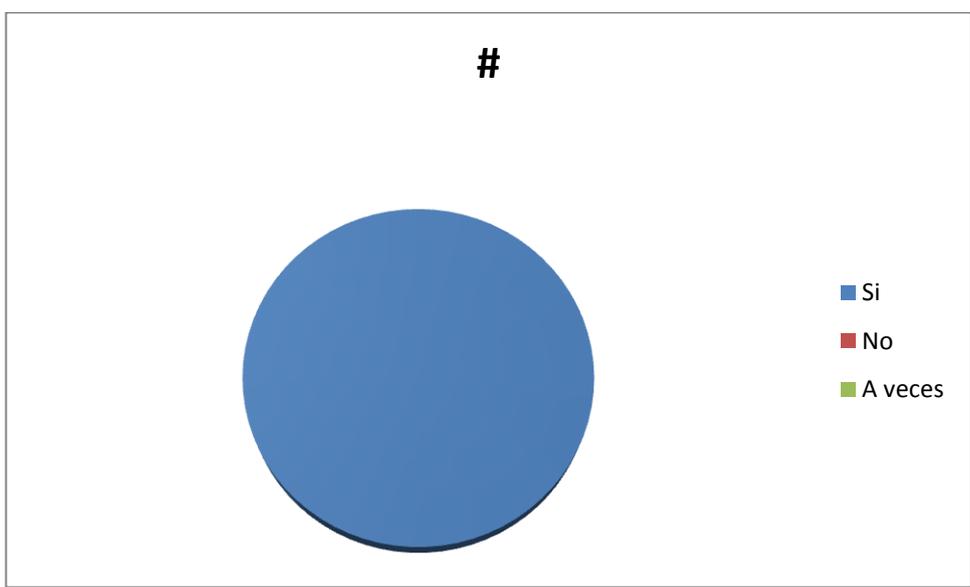
De la investigación realizada, el 25% manifiesta que los medios de comunicación impresos motivan a los deportistas sobre la práctica deportiva, mientras que un 38% dicen que no y otro 37% dice que a veces.

### **Interpretación**

Son pocos los medios de comunicación impresos que motivan a los deportistas sobre la práctica deportiva

8).- ¿Los deportistas presentan predisposición para la práctica deportiva local?

Respuesta	#	%
Si	79	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	79	100



### **Análisis**

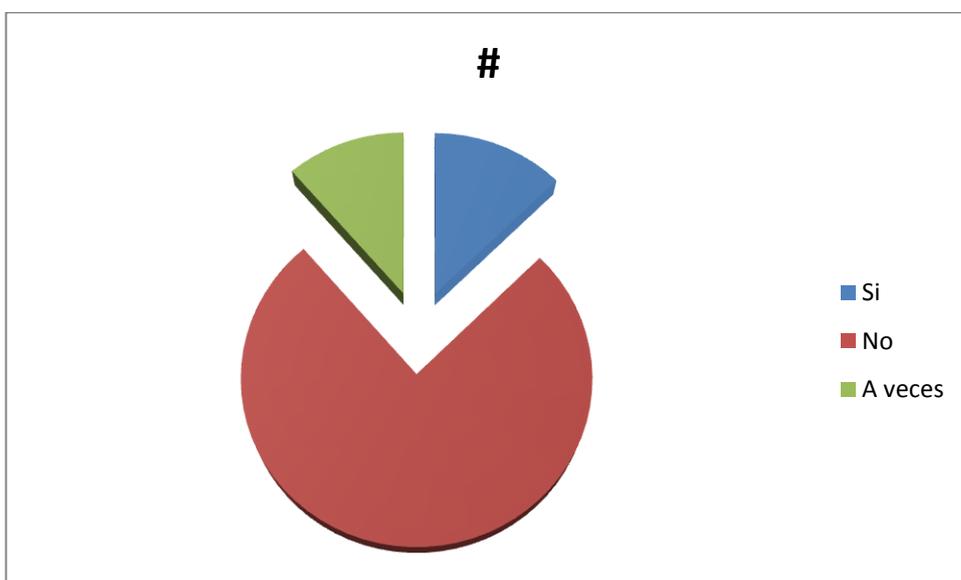
De la investigación realizada, el cien por ciento manifiesta que los deportistas presentan predisposición para la práctica deportiva local.

### **Interpretación**

Los deportistas presentan predisposición para la práctica deportiva local.

9).- ¿Los medios de comunicación impresos motivan al mejoramiento de la práctica deportiva local?

Respuesta	#	%
Si	10	13
No	60	76
A veces	9	11
Total	79	100



### **Análisis**

De la investigación realizada, el 13% manifiesta que los medios de comunicación impresos motivan al mejoramiento de la práctica deportiva, mientras que un 76% dicen que no y otro 11% dice que a veces.

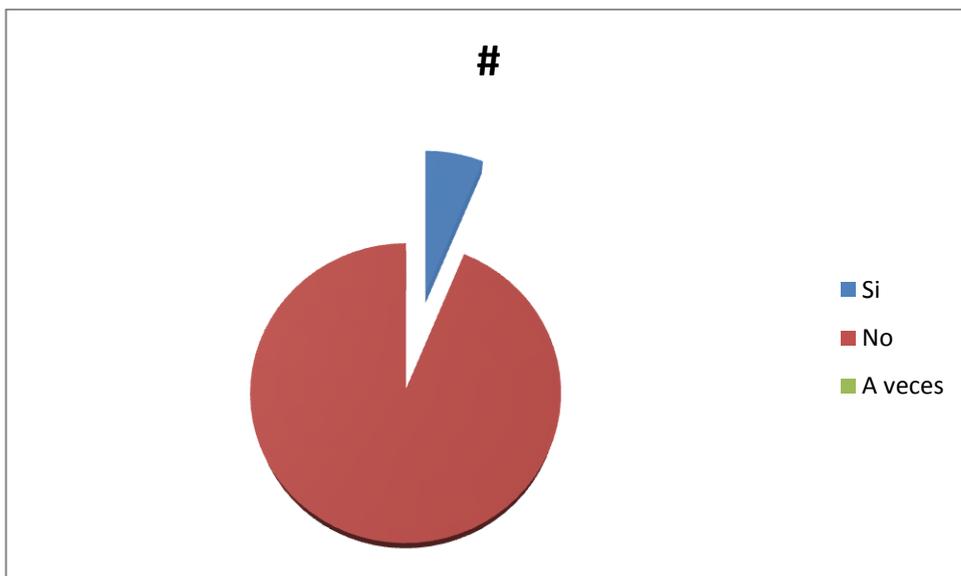
### **Interpretación**

Son pocos los medios de comunicación impresos que motivan al mejoramiento de la práctica deportiva local

## 4.2.- Preguntas dirigidas a los deportistas y entrenadores

1).- ¿Existen medios escritos que difunden las actividades deportivas en la ciudad?

Respuesta	#	%
Si	20	6
No	300	94
A veces	0	0
Total	320	100



### Análisis

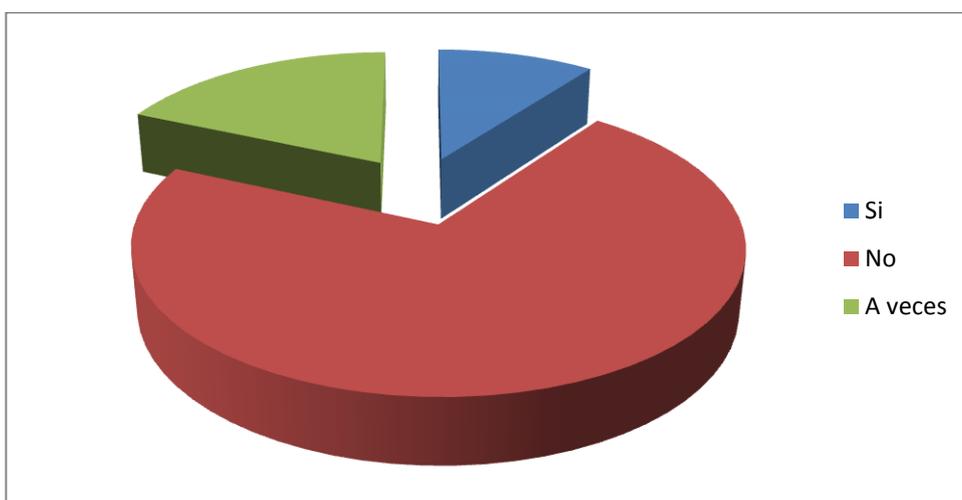
De la investigación realizada, el 6% de los encuestados manifiestan que si existen medios escritos que difunden las actividades deportivas en la ciudad, mientras que el 94% dice que no lo hacen.

### Interpretación

En la ciudad existen pocos medios escritos que difunden las actividades deportivas.

2).- ¿La difusión de actividades deportivas por la prensa escrita cubren las expectativas de la ciudadanía?

Respuesta	#	%
Si	30	9
No	218	68
A veces	72	23
Total	320	100



### **Análisis**

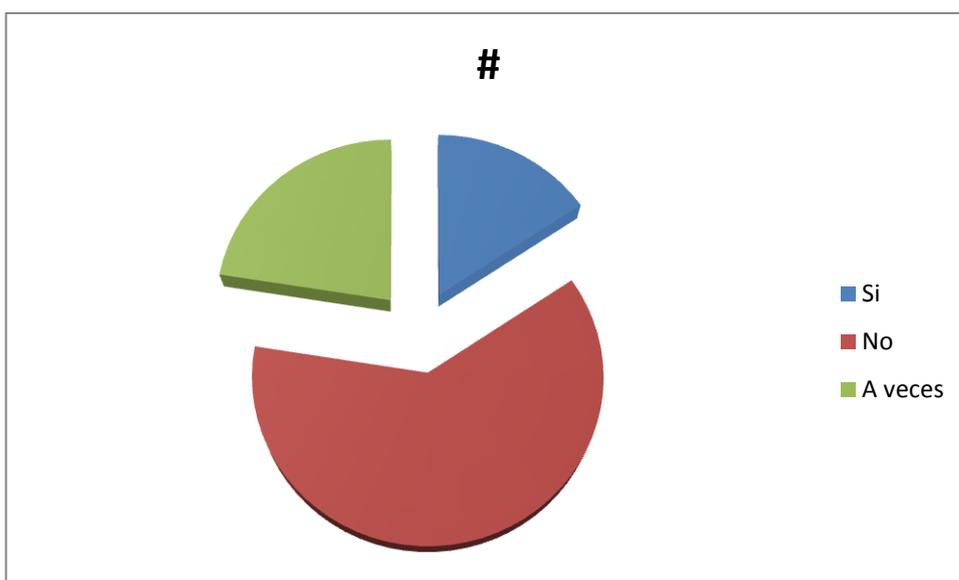
De la investigación realizada, el 9% manifiesta que la difusión de actividades deportivas por la prensa escrita cubren las expectativas de la ciudadanía, mientras que un 68% dice que no y un 23% dice que solo a veces.

### **Interpretación**

Son pocos la difusión de actividades deportivas por la prensa escrita cubren las expectativas de la ciudadanía.

3).- ¿La prensa escrita difunde temas sobre la práctica deportiva local?

Respuesta	#	%
Si	50	16
No	198	61
A veces	72	23
Total	320	100



### **Análisis**

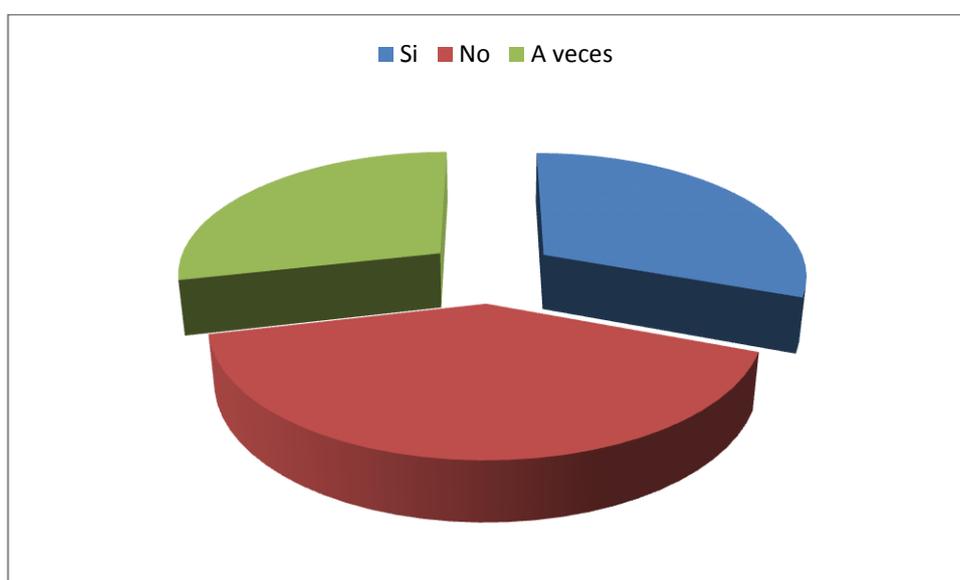
De la investigación realizada, el 16% manifiesta que la prensa escrita difunde temas sobre la práctica deportiva local, mientras que un 61% dicen que no y otro 23% dice que a veces.

### **Interpretación**

La prensa escrita pocas veces difunde temas sobre la práctica deportiva local

4).- ¿Los medios de comunicación impresos informan a los deportistas sobre la práctica deportiva local?

Respuesta	#	%
Si	90	28
No	133	42
A veces	97	30
Total	320	100



### **Análisis**

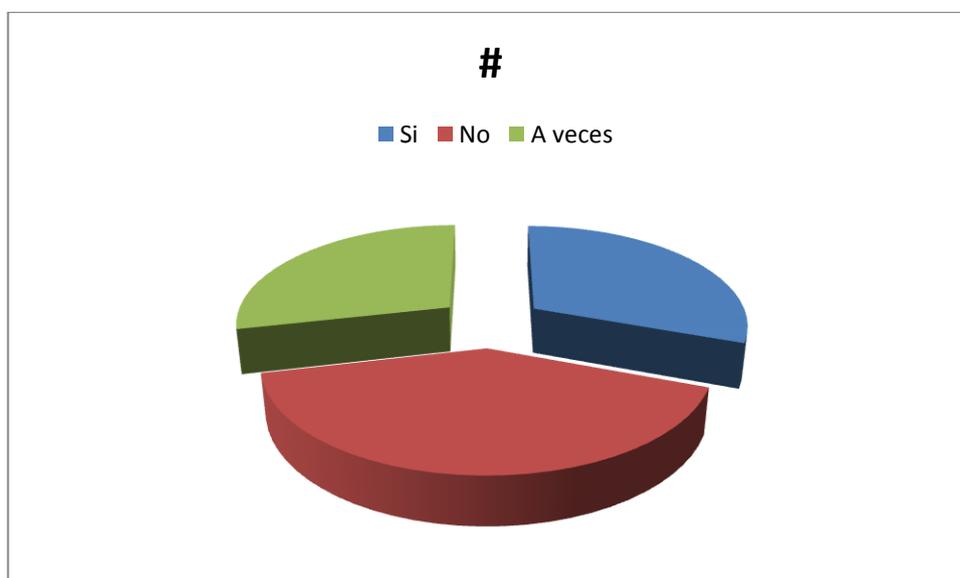
De la investigación realizada, el 28% manifiesta que los medios de comunicación impresos informan a los deportistas sobre la práctica deportiva local, mientras que un 42% dicen que no y otro 30% dice que a veces.

### **Interpretación**

Son pocos los medios de comunicación impresos que informan a los deportistas sobre la práctica deportiva local

5).- ¿Los medios de comunicación impresos orientan a los deportistas a la práctica deportiva local?

Respuesta	#	%
Si	60	18
No	190	50
A veces	70	22
Total	320	100



### **Análisis**

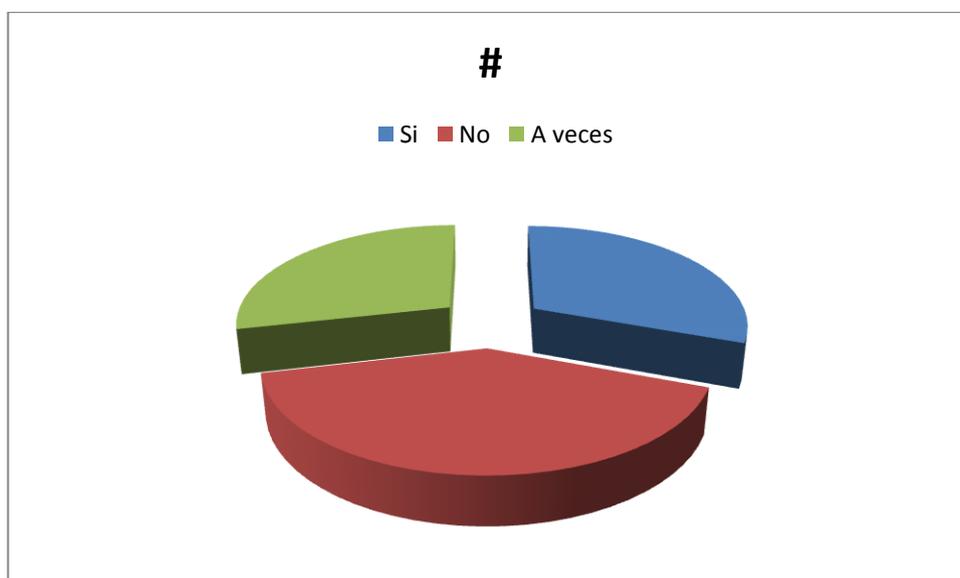
De la investigación realizada, el 18% manifiesta que los medios de comunicación impresos orientan a los deportistas a la práctica deportiva local, mientras que un 50% dicen que no y otro 22% dice que a veces.

### **Interpretación**

Son pocos los medios de comunicación impresos que orientan a los deportistas a la práctica deportiva local.

6).- ¿Los medios de comunicación impresos orientan la práctica deportiva?

Respuesta	#	%
Si	105	33
No	108	34
A veces	107	33
Total	320	100



### **Análisis**

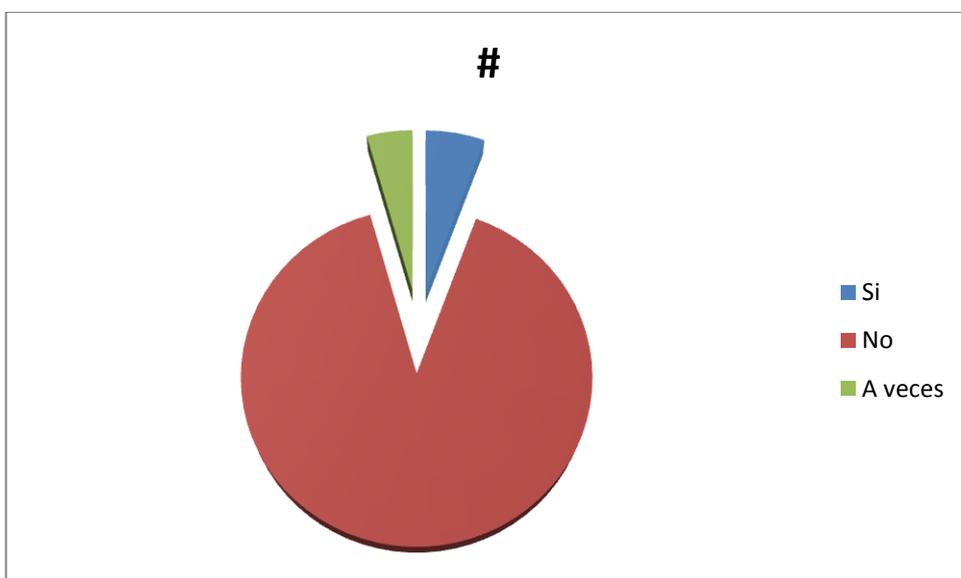
De la investigación realizada, el 33% manifiesta que los medios de comunicación impresos orientan la práctica deportiva, mientras que un 34% dicen que no y otro 33% dice que a veces.

### **Interpretación**

Son pocos los medios de comunicación impresos que orientan la práctica deportiva.

7).- ¿Los medios de comunicación impresos motivan a los deportistas sobre la práctica deportiva?

Respuesta	#	%
Si	18	6
No	288	90
A veces	14	4
Total	320	100



### **Análisis**

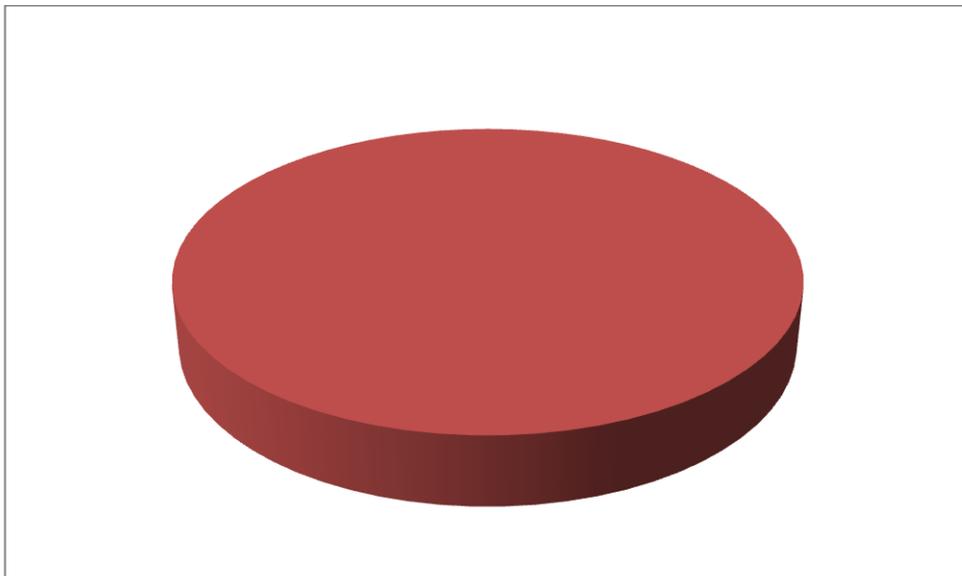
De la investigación realizada, el 6% manifiesta que los medios de comunicación impresos motivan a los deportistas sobre la práctica deportiva, mientras que un 90% dicen que no y otro 4% dice que a veces.

### **Interpretación**

Son pocos los medios de comunicación impresos que motivan a los deportistas sobre la práctica deportiva

8).- ¿Los deportistas presentan predisposición para la práctica deportiva?

<b>Respuesta</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si	320	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	320	100



### **Análisis**

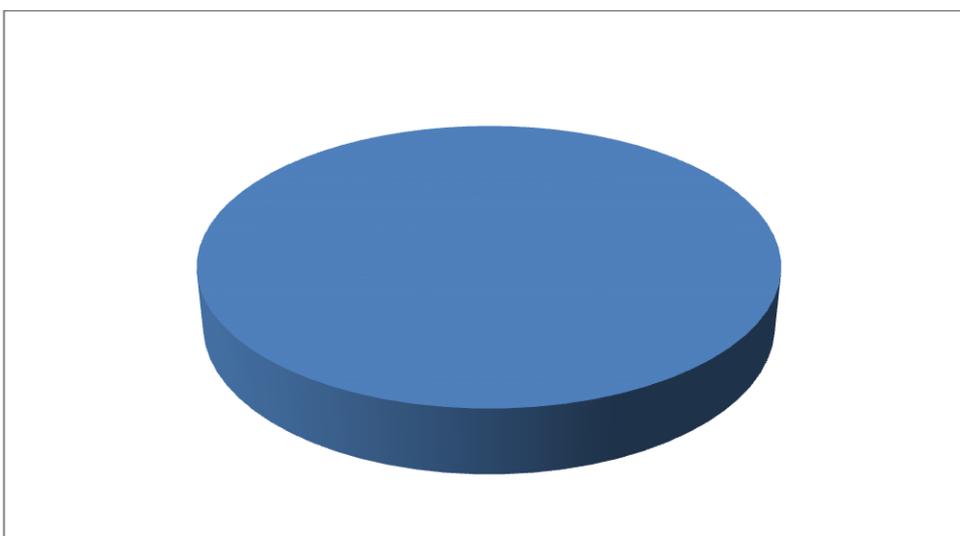
De la investigación realizada, el cien por ciento manifiesta que los deportistas presentan predisposición para la práctica deportiva.

### **Interpretación**

Los deportistas presentan predisposición para la práctica deportiva

9).- ¿Los medios de comunicación impresos motivan al mejoramiento de la práctica deportiva local?

<b>Respuesta</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Si	0	0
No	320	100
A veces	0	0
Total	320	100



### **Análisis**

De la investigación realizada, el cien por ciento manifiesta que los medios de comunicación impresos no motivan al mejoramiento de la práctica deportiva local.

### **Interpretación**

Los medios de comunicación impresos no motivan al mejoramiento de la práctica deportiva local.

### **4.3. Comprobación de la hipótesis**

Una vez realizada la investigación se pudo comprobar que: Si difundimos las actividades deportivas a través de los medios de comunicación impresos motivaremos la práctica de los deportistas de la ciudad de Babahoyo.

### **4.4. Conclusiones**

- En la ciudad si existen medios escritos, pero que difunden poco las actividades deportivas.
- La difusión de actividades deportivas por la prensa escrita pocas veces cubren las expectativas de la ciudadanía.
- Pocas veces la prensa escrita difunde temas sobre la práctica deportiva local, se enfoca más en lo nacional.
- Son pocos los medios de comunicación impresos que informan a los deportistas sobre la práctica deportiva local.
- Son pocos los medios de comunicación impresos que orientan a los deportistas a efectuar algún tipo de práctica deportiva local.
- Son pocos los medios de comunicación impresos que motivan a los deportistas sobre la práctica deportiva
- Los deportistas presentan predisposición para la práctica deportiva local, el problema radica en el poco apoyo de los medios.

## 5.2.- Recomendaciones

- En la ciudad, pocas veces los medios impresos cubren las expectativas de la ciudadanía, su difusión se centra más en actividades deportivas a nivel nacional que local, se debería efectuar capacitaciones al personal que forma parte del medio, con la finalidad de darles a conocer sobre los deportes que se practican en nuestra ciudad y así empezar a difundirlas sobre los requerimientos que debe tener un niño o niña, para que pueda participar en la misma.
- A los medios de comunicación impresos les corresponderá darle mayor importancia a la cobertura de eventos deportivos, para lo cual necesita profesionales capaces de analizar el deporte y difundirlo desde lo cultural, formativo, educativo, psicológico y social.
- Es preciso que el periodista sienta la necesidad moral de realizar el trabajo de acuerdo a unos requisitos de honestidad intelectual, fuera de toda razonable sospecha; es aquí cuando surge la necesidad personal de acudir a los principios éticos más unánimes de los códigos de la profesión:

## **CAPÍTULO V**

### **5. PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **5.1. Título**

Espacio de difusión de las actividades deportivas locales.

#### **5.2. Objetivos**

##### **5.2.1. Objetivo general**

Mejorar la difusión de las actividades deportivas de la ciudad.

##### **5.2.2. Objetivos específicos**

Identificar las actividades deportivas locales que se desarrollan permanentemente.

Determinar las actividades deportivas locales que se desarrollan de manera ocasional.

Elaborar el programa de difusión de las actividades deportivas locales para los medios impresos.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. MARCO ADMINISTRATIVO**

#### **6.1.- Recursos**

##### **Humanos**

Se utilizó una persona para realizar las encuestas.

Una persona para realizar los trabajos de tabulación

Un Director de Tesis

Un Lector de Tesis

##### **Materiales**

Un computador

Una oficina

Material Logístico

## 6.2.- Presupuesto

CONCEPTO	VALOR UNIT	VALOR/SUBTO T
Una persona para realizar las encuestas y la tabulación	\$10 C/DIA	\$ 100.00
Un Director de Tesis		
Un computador	\$ 1 c/hora	\$ 50.00
Viáticos y subsistencia	\$ 5 c/día	\$ 100.00
Material Logístico	\$ 50	\$ 100.00
Elaboración de 300 encuestas	0.03 c/una	\$9,00
Elaboración de la tesis		\$ 100.00
TOTAL		\$ 459,00

### 6.3.- CRONOGRAMA

TIEMPO ACTIVIDADES	2 0 1 2																2 0 1 3			
	S E P				O C T				N O V				D I C				E N E			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Enunciado de Problema y Tema	X																			
Formulación del Problema	X																			
Planteamiento del Problema		X																		
Formulación de Objetivos			X																	
Marco teórico de la Investigación				X																
Hipótesis					X															
Variables y Operacionalización						X														
Metodología, Nivel y Tipo							X													
<b>Presentación de proyecto</b>								X												
Aplicación de Encuestas y Análisis de Resultados									X	X										
Conclusiones, Recomendaciones y Propuesta											X	X								
Revisión Final del Tutor													X	X	X					
Revisión Final del Lector																X	X	X		
Presentación																				X
Sustentación Final																				X

## CAPÍTULO VII

### 7. Bibliografía Y Anexos

#### 7.1.- Bibliografía

1. Oliva, LL. y Sitjà, X. *Las noticias en radio y televisión. Periodismo audiovisual en el siglo XXI*, Omega, 2007.
2. [www.upsa.edu.bo/comunicacionsocial](http://www.upsa.edu.bo/comunicacionsocial)
3. [www.tusuperacionpersonal.com/motivacion-personal.html](http://www.tusuperacionpersonal.com/motivacion-personal.html) -
4. [www.es.wikipedia.org/wiki/Periodismo#Periodismo\\_deportivo](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Periodismo#Periodismo_deportivo)
5. La comunicación el siglo XXI, Andhy Martínez.

## 7.2.- ANEXOS

## Anexo# 1

OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES			
CATEGORÍAS O CONCEPTO	VARIABLES	INDICADORES	ITEMS
<p><b>El trabajo del comunicador social.-</b> Gestionar la imagen y la reputación de la compañía a través de la administración de la comunicación y otros intangibles afines a través de auditorías, planes y programas.</p> <p><b>La orientación activa</b>, persistente y selectiva que caracteriza al comportamiento es el fenómeno motivacional de base, que se expresa, bajo una multiplicidad de formas según el tipo de conducta (innata o adquirida, por ejemplo) y el nivel de desarrollo del organismo. Esta concepción implica que la motivación es al mismo tiempo fuente de actividad (aspecto dinámico) y de dirección (aspecto direccional); o más precisamente, da cuenta de la conducta como actividad dirigida.</p>	<p>-La orientación del comunicador social en los medios de comunicación impresos</p> <p>-Orientación a los deportistas a la práctica deportiva</p>	<p>-Existencia -Cobertura -Temas</p> <p>-Información -Orientación</p>	<p>-¿Existen medios escritos que difunden las actividades deportivas en la ciudad?</p> <p>-¿La difusión de actividades deportivas por la prensa escrita cubren las expectativas de la ciudadanía?</p> <p>-¿La prensa escrita difunde temas sobre la práctica deportiva?</p> <p>-¿Los medios de comunicación impresos informan a los deportistas sobre la práctica deportiva?</p> <p>-¿Los medios de comunicación impresos orientan a los deportistas a la práctica deportiva?</p> <p>-¿Los medios de comunicación impresos orientan la práctica deportiva?</p>

## Anexo# 2

OPERACIONALIZACION DE LAS HIPOTESIS			
CONCEPTOS	VARIABLES	INDICADORES	ITEMS
<p><b>El trabajo del comunicador social.</b>- Gestionar la imagen y la reputación de la compañía a través de la administración de la comunicación y otros intangibles afines a través de auditorías, planes y programas.</p>	<p>La motivación del comunicador social en los medios de comunicación impresos</p>	<p>-Existencia -Cobertura -Temas</p>	<p>-¿Existen medios escritos que difunden las actividades deportivas en la ciudad? -¿La difusión de actividades deportivas por la prensa escrita cubren las expectativas de la ciudadanía? -¿La prensa escrita difunde temas sobre la práctica deportiva?</p>
<p><b>La motivación.</b>- Aparece en muchos autores behavioristas como un término global y poco científico para designar la influencia de una variedad de estados fisiológicos sobre el comportamiento.</p>	<p>La práctica deportiva</p>	<p>-Motivación -Predisposición</p>	<p>-¿Los medios de comunicación impresos motivan a los deportistas sobre la práctica deportiva? -¿Los deportistas presentan predisposición para la práctica deportiva? -¿Los medios de comunicación impresos motivan al mejoramiento de la práctica deportiva?</p>

## ANEXO Nº 4

### ENCUESTA

Cuestionario de Encuesta realizada a los deportistas y entrenadores del cantón Babahoyo, con respecto al tema “La difusión de actividades deportivas a través de los medios de comunicación impresos y su incidencia en los deportistas de la ciudad de Babahoyo”.

De acuerdo a su criterio marque con una X la respuesta que crea conveniente.

1).- ¿Existen medios escritos que difunden las actividades deportivas en la ciudad?

Si ( )      No ( )      A veces ( )

2).- ¿La difusión de actividades deportivas por la prensa escrita cubren las expectativas de la ciudadanía?

Si ( )      No ( )      A veces ( )

3).- ¿La prensa escrita difunde temas sobre la práctica deportiva local?

Si ( )      No ( )      A veces ( )

4).- ¿Los medios de comunicación impresos informan a los deportistas sobre la práctica deportiva local?

Si ( )      No ( )      A veces ( )

5).- ¿Los medios de comunicación impresos orientan a los deportistas a la práctica deportiva local?

Si ( ) No ( ) A veces ( )

6).- ¿Los medios de comunicación impresos orientan la práctica deportiva?

Si ( ) No ( ) A veces ( )

7).- ¿Los medios de comunicación impresos motivan a los deportistas sobre la práctica deportiva?

Si ( ) No ( ) A veces ( )

8).- ¿Los deportistas presentan predisposición para la práctica deportiva?

Si ( ) No ( ) A veces ( )

9).- ¿Los medios de comunicación impresos motivan al mejoramiento de la práctica deportiva?

Si ( ) No ( ) A veces ( )

## ANEXO Nº 5

### ENCUESTA

Cuestionario de Encuesta realizada a los periodistas deportivos y la ciudadanía del cantón Babahoyo, con respecto al tema “La difusión de actividades deportivas a través de los medios de comunicación impresos y su incidencia en los deportistas de la ciudad de Babahoyo”.

De acuerdo a su criterio marque con una X la respuesta que crea conveniente.

1).- ¿Existen medios escritos que difunden las actividades deportivas en la ciudad?

Si ( )      No ( )      A veces ( )

2).- ¿La difusión de actividades deportivas por la prensa escrita cubren las expectativas de la ciudadanía?

Si ( )      No ( )      A veces ( )

3).- ¿La prensa escrita difunde temas sobre la práctica deportiva local?

Si ( )      No ( )      A veces ( )

4).- ¿Los medios de comunicación impresos informan a los deportistas sobre la práctica deportiva local?

Si ( )      No ( )      A veces ( )

5).- ¿Los medios de comunicación impresos orientan a los deportistas a la práctica deportiva local?

Si ( ) No ( ) A veces ( )

6).- ¿Los medios de comunicación impresos orientan la práctica deportiva?

Si ( ) No ( ) A veces ( )

7).- ¿Los medios de comunicación impresos motivan a los deportistas sobre la práctica deportiva?

Si ( ) No ( ) A veces ( )

8).- ¿Los deportistas presentan predisposición para la práctica deportiva?

Si ( ) No ( ) A veces ( )

9).- ¿Los medios de comunicación impresos motivan al mejoramiento de la práctica deportiva?

Si ( ) No ( ) A veces ( )