

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**PERFIL INSTITUCIONAL DEL DEPARTAMENTO DE PRENSA DE
INSTITUTO NACIONAL DE LOS DEPORTES**

**POR
ROBERTO ÁNGEL FLORES MIRANDA**

PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN PERIODISMO

16 DE FEBRERO
DE 1841

HACIA LA
LIBERTAD

POR LA
CULTURA

Universidad de El Salvador

Hacia la libertad por la cultura

Ciudad Universitaria, Septiembre de 2009

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

Ingeniero Rufino Quezada

VICE-RECTOR ACADEMICO

Arquitecto Miguel Ángel Pérez

VECE-RECTOR ADMINISTRATIVO

Master oscar Noe Navarrete

SECRETARIO

Licenciado Douglas Alfaro

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

Licenciado José Raymundo Calderón

VICE –DECANO

Doctor Carlos Roberto Paz Manzano

SECRETARIO

Master Julio Cesar Grande

AUTOTIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

JEFE DEL DEPARTAMENTOD E PERIODISMO

Licenciado Roberto Maza Emeztica

COORDINADOR GENERAL DE PROCESO DE GRADO

Master Ernesto Deras

DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

Lic. Iván Hernández

AGRADECIMIENTOS

Primeramente le doy Gracias a **DIOS TODOPODEROSO**, quien me permitió culminar con éxito mis estudios.

A mis padres **Mario Antonio Flores y Rosario Miranda de Flores**, que fueron un pilar fundamental, quienes no me abandonaron en ningún momento en este largo camino.

También le agradezco a mi esposa **Suleyma Marlene**, quien fue una pieza importante en el desarrollo de este trabajo quien me acompañó en cada desvelo para la elaboración de mi trabajo de graduación

Y sobre todo le doy gracias a DIOS que me permitió el ser padre, de **Gabriel Andrés**, que desde que nació y lo tuve por primera vez en mis brazos se convirtió en mi inspiración para verla vida de una forma diferente y poder terminar mi carrera.

DEDICATORIA.

Este éxito de mi vida se lo dedico a mi Hermana **Olga Xiomara Flores Miranda**, quien desde mi niñez estuvo conmigo convirtiéndose en mi segunda Madre estando en todo minuto a mi lado pendiente de mis tareas en la escuela en los momentos tristes y alegres y que por razones del destino tuvo que partir a la presencia de DIOS TODOPODEROSO y desde ahí ver este logro que obtengo con este trabajo y que es dedicado a esa persona a quien extraño y sobre todo quise, quiero y querré mucho.

GRACIAS HERMANITA POR SER MI HERMANA

INDICE

INTRODUCCION.....	vi
I DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
1.2 DELIMITACION DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	11
1.3 TIPO DE INVESTIGACION.....	12
1.4 PREGUNTAS GUIAS DE LA INVESTIGACION.....	14
II JUSTIFICACION	
2.1 RELEVANCIA DE LA INVESTIGACION.....	15
III OBJETIVOS.....	17
IV CONSIDERACIONES TEORICOS-CONCEPTUALES	
4.1 ANTECEDENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	18
4.2 PERSPECTIVA O PARADIGMA TEORICO.....	23
4.3 SISTEMA DE CONCEPTOS.....	27
V METODOLOGIA	
5.1 CARACTER DEL TRABAJO DE INVETSIGACION.....	31
5.2 DEFINICION DE LA MUESTRA O CORPUS DE ANALISIS.....	34
5.3 DETERMINACION Y DESCRIPCION DE LAS TECNICAS DE INVESTIGACION.....	36
5.4 PROCEDIMIENTO DEL TRABAJO DE INVESTIGACION.....	44
VI EXPOSICIÓN DE RESULTADOS.....	47
VII FUENTES DE CONSULTA	67
VII ANEXO.....	69

INTRODUCCIÓN

En toda institución debe existir una estructura encargada de coordinar todos los procesos de comunicación que se generan tanto dentro como hacia fuera de ella. Esta estructura debe desempeñar un papel trascendental pues de la precisión con que desarrolle sus funciones depende, en buena medida, el éxito o fracaso de la institución.

El perfil en que se ha centrado la investigación es perteneciente al Gobierno específicamente El Instituto Nacional de los Deportes y su Departamento de Prensa, investigación que permitió realizar un proceso de indagación, el cual consto de varias etapas.

Como capítulo I tenemos la Definición del objeto de estudio en el que se exponen el planteamiento del problema, la delimitación del espacio temporal de la investigación, el tipo de investigación que se aplicará y las preguntas guías que guiarán el objeto de estudio.

El segundo capítulo denominado justificación del porque se realiza el Perfil Institucional, además se presentan la relevancia, el valor teórico, porque es factible esta investigación y las implicaciones prácticas para las cuales servirá este trabajo.

En el tercer capítulo se exponen los objetivos tanto generales como específicos.

En el capítulo IV están las consideraciones Teórico-conceptuales que contienen los antecedentes del objeto de estudio, en esta parte se describen los orígenes de la institución. Además se exponen la definición de términos que fueron utilizados en la investigación y la relación de conceptos. Así como también la perspectiva o paradigma teórico.

Además, se presenta la metodología de la investigación en esta parte se definen el carácter de la investigación que es cualitativo, así como también la determinación y descripción de las técnicas de investigación, definición de la muestra de análisis y el procesamiento que se siguió,

de esta manera se pudo obtener información que permitió describir y luego explicar el fenómeno comunicativo.

Como capítulo VI están las actividades programadas a realizar en la investigación de un Perfil Institucional del Departamento de Prensa del Instituto Nacional de los Deportes. Posteriormente se presentan en el VII los resultados de la investigación, lo cual sirvió para conocer las diferentes actividades que de forma individual realiza cada miembro de dicho fenómeno en estudio, entre algunos se mencionan la elaboración de Revistas, Brochere, Boletines en Red, entre otros.

Finalmente, esta investigación sirvió para la creación del Perfil del Departamento de Prensa que en sus antecedentes no existe ninguno en su tipo, siendo el primero que se le realiza a una oficina del INDES, permitiendo conocer sus fortalezas y debilidades y que en el desarrollo de este trabajo se muestran.

1. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Instituto Nacional de los Deportes (INDES) es una entidad que apoya al deporte de carácter público. Por su categoría de entidad de Gobierno desde 1980. Siendo el Departamento de Prensa el fenómeno a estudiar, por que es este el que se encarga de promover las actividades que realiza la Institución como tal y las diferentes federaciones asociadas a esta entidad, teniendo en cuenta el comportamiento del diario vivir del Departamento de Prensa y lo que se hace dentro de él, como es el de alimentar a los medios de comunicación de todo lo referente al ámbito deportivo nacional ya que es desde ahí que surge toda información que vincule a alguna federación deportiva inscrita en el INDES.

Un Departamento de Prensa; es una fracción dentro del organigrama de una institución, que asesora permanentemente a su Dirección superior en este caso al presidente del INDES, Licenciado Jorge Hernández Issusi, y en la actualidad el Señor Jaime Alberto Rodríguez, sobre las políticas y estrategias de comunicación a seguir con el propósito de armonizar las relaciones tanto internas como externas de la entidad, con la finalidad de ganar aceptación entre sus públicos.

Pese a que existen dentro del organigrama general del INDES dos oficinas encargadas de las comunicaciones (Prensa y Comunicaciones), el Departamento de Prensa, es el que cumple más con la función de comunicar y dar a conocer las diferentes actividades que realiza el INDES.

Por el contrario Comunicaciones solo se encarga de los aspectos estéticos como le es asegurarse que las cosas estén en orden, algo que **“no es en si la Comunicación”**, basándose simplemente en dar una bonita imagen de las mismas personas que laboran dentro de ese departamento.

Interesándonos en esta investigación específicamente el departamento de prensa del INDES, que es la que determina las relaciones publicas al proyectar de forma gratuita la imagen del INDES, en los diferentes medios de comunicación, razón que permitió crear y desde entonces mantener una buen perfil de la institución en mención.

De esta manera la imagen del INDES tanto para sus públicos interno como externo, es la que hace cumplir la promoción del desarrollo deportivo en el país, caracterizada por su espíritu de servicio eficiencia y capacidad de articular iniciativas con actores públicos y privados.

Logrando con ello llevar los beneficios del deporte a la población salvadoreña a través de los diferentes convenios que el Instituto Nacional de los Deportes ha firmado con Instituciones como: universidades, colegios, escuelas, alcaldías y ministerios asociados para lograr una masificación del deporte y todo esto es logrado en el área del Departamento de Prensa, que cuenta con un staff capacitado para la coordinación, elaboración y distribución de la información que se genera en su interior.

Por lo tanto, el Instituto Nacional de los Deportes, necesita con urgencia que se realice un Perfil del Departamento de Prensa de dicha entidad, el cual determine la labor que realiza la institución en pro del deporte nacional, y en especifico el que hacer del Departamento de Prensa teniendo como objetivo el de informar no solo lo que el Presidente de la entidad realiza,

Sino también de las actividades deportivas que organizan las diferentes federaciones que están afiliadas y reconocidas por el INDES, los recursos con los que cuenta el mismo Departamento y la forma de comunicarse con los medios de comunicación.

Sin embargo, no todo el quehacer es óptimo, actualmente como cualquier entidad ya sea pública o privado, se cuenta con algunas limitantes como lo es, el bajo presupuesto que cuenta para desarrollar completamente los proyectos fijados con anterioridad, obligada a recortar algunos recursos dirigidos directamente a las federaciones deportivas reconocidas por el INDES.

Este trabajo, es una **Investigación Cualitativa** estudiando la vida social sin distorsionar el marco general del Departamento de Prensa del INDES, de cómo surgen y se difunden los

mensajes creados desde su interior, que favorece al mantenimiento de una buena imagen de la institución que representa INDES.

Estableciendo una política de comunicación a seguir, determinando de esta forma el futuro del trabajo que realizan, contando con los recursos tanto humanos como tecnológicos los cuales permitan ejecutar de mejor manera la función de comunicar a sus públicos de forma clara e inmediata.

También es necesario que el Departamento de Prensa de INDES, tenga claro no sólo lo que quiere comunicar, sino a quienes desea transmitir el mensaje. Para ello requiere, entonces, que se planifiquen todos los procesos de comunicación que se generan en estas instancias públicas.

1.2 DELIMITACIÓN DEL ESPACIO TEMPORAL

Este estudio tiene como punto de partida el análisis de la comunicación externa e interna, que permita establecer un acercamiento al Perfil Institucional en esta tomando como unidades de estudio las estructuras de comunicación del Departamento de Prensa y Comunicaciones del Instituto Nacional de los Deportes.

La investigación abarcó, un periodo entendido de nueve meses, que comprende desde noviembre 2008 hasta agosto 2009, en el quinquenio del ex Presidente del INDES Jorge Hernández Isussi y al inicio de la nueva gestión comandada por el Señor Jaime Alberto Rodríguez, en el periodo 2009-2014.

1.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es sincrónica debido que abarcará seis meses, comprendido desde la primera semana de noviembre de 2008, es decir el 07 de noviembre hasta la primer semana del mes de mayo de 2009.

La investigación es de carácter cualitativo siendo aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. Tomando en cuenta las cinco características básicas de este tipo de investigación.

1. El ambiente natural y el contexto que se da el asunto o problema es la fuente directa y primaria, y la labor del investigador constituye ser el instrumento
Clave en la investigación
2. La recolección de los datos es una mayormente verbal que cuantitativa.
3. Los investigadores enfatizan tanto los procesos como lo resultados.
4. El análisis de los datos se da más de modo inductivo
5. Se interesa mucho saber cómo los sujetos en una investigación piensan y que significado poseen sus perspectivas en el asunto que se investiga.

Teniendo siempre en cuenta, que la perspectiva Cualitativa es un proceso de una Investigación y que en el desarrollo de la misma se indago sobre el desenvolvimiento del Departamento de Prensa y por que describe como desarrollan el trabajo que surge desde la fracción en estudio, este caso el Departamento de Prensa de INDES

Tomando en cuenta que esta recibe el nombre de investigación Exploratoria siendo un primer acercamiento al fenómeno, es decir que es la primera vez que se realizó un Perfil al Departamento de Prensa de INDES.

Con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación.

Y de carácter descriptivo, por que es un tipo de indagación que utiliza el método de análisis, que logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalando sus características y propiedades. La cual sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio.

El investigador se sirve de una serie de instrumentos y técnicas apropiadas para permitir no solo la interpretación, si no también el involucramiento con ese objeto de estudio. El final de todo esto es llegar a una interpretación de este objeto de una manera más profunda e integral posible.

Por tanto se ha escogido la técnica de la entrevista en profundidad semidirigida que no es más que el hacer preguntas amplias (no específicas), que permiten que el entrevistado pueda conectarse un tema con un subtema con facilidad sin ser demasiado puntual. Además se ha escogido la observación no participante que no es más que la observación directa en el fenómeno a tratar, sin involucrarse en el mismo, solo tomando datos de él; es decir solo observar sin tener participación en el proceso de investigación; técnica utilizada en esta investigación que me permitió culminar con éxito dicho objeto de estudio.

Facilitándoseme la investigación por estar inmerso en la misma, siendo parte del Departamento de Prensa y excluyéndome de la muestra por el motivo de tener poco tiempo de formar parte del INDES, pero compartiendo gran parte del día con la muestra teniendo la oportunidad de poder examinarla bien, observando directamente las actividades.

1.4 PREGUNTAS GUIA DE LA INVESTIGACIÓN

PREGUNTAS GENERALES.

1.5 ¿Cuál es el Perfil del Departamento de Prensa del Instituto Nacional de los Deportes?

PREGUNTAS ESPECÍFICAS.

¿Cuál es la función del Departamento de Prensa?

¿Que tipo de información produce el departamento de Prensa de INDES y cuales son sus usos?

¿Qué medios de comunicación produce?

¿Tienen el personal suficiente para desarrollar las actividades?

¿Cuentan con el recurso necesario para llevar a cabo sus actividades?:

¿Qué recursos humanos posee?

¿Qué recursos financieros y materiales posee?

II. JUSTIFICACIÓN

La labor de las Instituciones públicas abarca diversas funciones como planificar, dirigir, regular, apoyar, promover, desarrollar y vigilar del cumplimiento de las diferentes políticas que utiliza el gobierno para garantizar un mejor funcionamiento de la entidad gubernamental.

Cada entidad pública se enfoca en un área específica, todas forman parte de una estructura mayor: el Gobierno. Para que el sistema funcione correctamente la comunicación debe influir de forma eficiente, tanto en el ámbito interno como externo.

La relevancia de esta investigación busca identificar las diferentes modalidades con que se abordan la comunicación, teniendo presente la naturaleza de la Institución, la cual influye para determinar la manera cómo está enfocada y desarrolla su comunicación.

Además el tratamiento de la información que nace desde el departamento de prensa de la institución y ser transmitida por los medios de comunicación masiva y así dar a conocer las diferentes actividades que realiza la Institución.

El apoyo que éste da las diferentes Federaciones afiliadas y reconocidas por dicha entidad deportiva, además informar de las actividades que realiza cada federación y que la institución tiene sus medios de informar a los medios, a través de su página Web, comunicados de prensa, boletines, revistas INDES de carácter informativa, el cual su tiraje es mensual y el apoyo que les brinda a los atletas de alto rendimiento.

El valor teórico es obtener un primer perfil del departamento de prensa del Indes que a fecha no existe, para establecer como la comunicación Institucional hacia el interior y el exterior se concreta en diferentes estructuras de comunicación.

La iniciativa surge por el interés de investigar la forma en que las instituciones se comunican, así como también las consecuencias de sus acciones comunicativas.

En definitiva se va a determinar la manera cómo la Institución del sector público, más específicamente del INDES, se están comunicando con su entorno, como identifican sus

problemas de comunicación y cómo los afrontan es decir, en el reconocimiento de todos los factores que puedan intervenir para el establecimiento del perfil.

La realización de esta investigación es factible porque se cuenta con las fuentes precisas para lograr sacar la información necesaria y establecer el Perfil del Departamento de Prensa de la estatal.

Por lo tanto el presente trabajo de investigación sirve en primer lugar al Departamento de Prensa, del Instituto Nacional de lo Deportes, en segundo lugar el resultado del perfil institucional es de utilidad a otras unidades de comunicaciones o relaciones publicas de diversas instituciones para identificar los problemas y sus posibles soluciones, de tal forma que puedan establecer políticas de comunicación.

Así mismo, la investigación es de utilidad para profesores docentes universitarios o de escuela o colegios y estudiantes de Periodismo o carreras afines que necesiten hacer consultas relacionadas con la temática y finalmente a la sociedad salvadoreña en general.

III OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

- Construir el perfil de la comunicación institucional del INDES.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar cómo están planificando la comunicación de la Institución.
- Identificar el sistema de medios que surgen del INDES, a través de los medios ya sea radio, televisión, prensa escrita e Internet con sus públicos internos externos.
- Establecer las actividades internas y externas que realiza el departamento de prensa del Indes, a través del perfil.

4 CONSIDERACIONES TEÓRICO-CONCEPTUALES

V.1 ANTECEDENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO

El Instituto Nacional de los Deportes (INDES) nace el 28 de junio de 1980 mediante el decreto 300 de la Junta Revolucionaria de Gobierno, que promulgó la antigua ley de los deportes teniendo como primer presidente al Mayor y Doctor Joel A. Rivas Castillo, quien ratificó ese mismo año a 26 federaciones deportivas; información según el suplemento 25 años de gloria deportiva realizado por El Diario de Hoy para el INDES.

Además, se creó el departamento de Prensa quien realizaba funciones como las gestiones para los trámites de los pasaportes de las distintas delegaciones y delegados en misiones oficiales, y que en la actualidad esas funciones las realiza el Departamento Jurídico de INDES.

También el Departamento Prensa se encargaba de recopilar información de los diferentes medios de comunicación para dar a conocer el quehacer de las federaciones deportivas, en un boletín informativo que era enviado a las radios que tenían programas deportivos en el país.

Pero es hasta la gestión del Ingeniero José Antonio Guandique (1990-1995) que el departamento de prensa empieza a dar sus primeros avances como oficina establecida, pero no al cien por ciento debido a que una de sus funciones era la de hacer mercadeo, no teniendo una especialización en el área de la comunicación institucional.

Con el fin de crear un plan que permitiera al Instituto generar fondos de acuerdo a las naturaleza propia recalcando el trabajo en el desarrollo deportivo que era dirigido a todos siendo encabezado o dirigido este departamento por personas empíricas que por generar adeptos con el presidente.

Sin embargo, las personas realizaban las actividades de Prensa sin saber absolutamente nada de lo relacionado con un comunicador formado académicamente en el área, siendo el año de 1994 que el departamento fue formado en esta esfera empírica y es desde ahí que inicia la historia de dicha oficina, unido al departamento de protocolo teniendo la función de enviar información a los diferentes medios de comunicación.

Para ese entonces las funciones ya estaban designadas de esta forma, el encargado de prensa era Jaime Villanova, como periodista Regina Vásquez, Trinidad Hernández el encargado de la fotografía y Luís Morataya como camarógrafo, En el mismo año (1994), realizaron, los V Juegos Deportivos Centroamericanos en El Salvador el comité organizador de los juegos (COQUIN).

Lo que implicó una verdadera estructura o un Departamento de Prensa que trabajara para dar a conocer el que hacer de la institución y en este caso los juegos en mención, según manifestó el encargado del área audiovisual del INDES, señor Luís Antonio Morataya, quien tiene 20 años de laborar en la institución.

Fue hasta 1999 que se contó con más recursos humanos para realizar las actividades y para el año 2002 que la fusión de la gente organizadora de los XIX juegos Centroamericanos y del Caribe (COSAL), los mas grandes juegos deportivos que se han desarrollado en la historia de el salvador y junto con el departamento de prensa de INDES para desarrollar tan grande evento realizado en El Salvador.

Una de las actividades que realizan es ir al aeropuerto a recoger los funcionarios y delegaciones que participarían en dicha cita deportiva, así mismo asistirles en estancia y participación como también, apoyar a los medios de comunicación en el desarrollo de su trabajo como conseguirles entrevistas con los atletas, marcadores, entre otras cosas, que a la fecha no han cambiado en nada.

Con la llegada del actual presidente de INDES, Señor Jaime Alberto Rodríguez, las cosas no han cambiado para el Departamento de Prensa, siguiendo el mismo sistema de trabajo que es el de asistir y colaborar con los medios de comunicación. Sin embargo hay una variante, es que los

empleados son informados de las actividades de la institución a través de un periódico mural llamado “Notiindes” el cual esta ubicado estratégicamente arriba del marcador de llegada y salida de los mismos empleados.

MISIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Es promover el desarrollo integral del deporte comunitario estudiantil y de alto rendimiento, facilitando los recursos necesarios, con racionalidad y calidad, con la finalidad de contribuir al bienestar social y fortalecer el orgullo nacional.

VISIÓN

Ser una institución líder en la promoción del desarrollo deportivo en el país, caracterizada por su espíritu de servicio, eficiencia y capacidad de articular iniciativas con actores públicos y privados, logrando con ello llevar los beneficios del deporte a la población salvadoreña.

ANTECEDENTES

Entre los antecedentes no se ha encontrado un Perfil específicamente del Instituto Nacional de los Deportes, sino una tesis que habla sobre “la Identificación del perfil de comunicación Institucional de los 12 ministerios que conforman al Ejecutivo”, tesis de la Universidad José Simeón Cañas, en el año 2001, y el Diagnóstico de la Unidad de Comunicaciones del Centro Judicial Isidro Menéndez Universidad de El Salvador en el año 2006.

Dichos trabajos tratan sobre como esta conformado cada ministerio de las actividades que realiza, sus objetivos la misión y visión que tiene cada uno de los ministerios, su organización y los deberes con la población.

La comunicación Institucional puede definirse como el tipo de comunicación realizada de modo organizado por una institución o sus representantes y dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que desarrolla su actividad.

Tiene como objetivo establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona adquiriendo una notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

4.2 PERSPECTIVA O PARADIGMA TEORICO

Para las comunicadoras Hilda Muriel y Rota y para el sociólogo Joseph Ficheter, “las instituciones públicas deben actuar prioritariamente para satisfacer las necesidades de orden público, realizando funciones diversas para alcanzar sus propios objetivos en vías del desarrollo nacional”. Ruíz Olabuenaga, Metodología de Investigación cualitativa, España Universidad Deusto.

Basándonos en el Hecho que la investigación Cualitativa, no busca contar números si no describir hechos con el objetivo de acercarse a la realidad revelando la comprobación de un hecho verdadero, penetrando hasta el fondo del fenómeno en estudio reduciendo la distancia

entre el investigador y lo investigado después de un análisis de los datos recolectados durante la investigación.

Persiguiendo objetivos específicos que dan respuesta problemas concretos a los que se enfrenta esta misma investigación, y que no son más que la respuesta la razón de ser de una investigación social respondiendo a las interrogantes ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo? ¿Cuándo?, ¿Dónde? Y ¿Por qué?

Utilizando la teoría de la observación no participante, estableciendo así una comunicación deliberada entre el observador y el fenómeno a observar, procediendo normalmente a un nivel no verbal en la que el investigador-observador, está alerta a las claves que va captando a través de las cuales interpreta lo que ocurre obteniendo así un conocimiento mas sistemático, profundo y completo de la realidad que observa.

La teoría de la observación no participante no interfiere en el desarrollo de un fenómeno social, por que este lo controla por su propia naturaleza, sometiéndola a una serie de condiciones y tratándola para ver como este evoluciona, transformándolo sustancialmente en un efecto invernadero.

En otras palabras la Observación no participante, es una simple vigilancia del objeto de estudio tomando nota de todas las actividades que los que intervienen en la muestra realizan con la única diferencia que el investigador es un espectador de los acontecimientos para no entorpecer la investigación sin contaminarla.

La observación pretende examinar la realidad tal cual ocurre sin manipularla, sin ningún tipo de interferencia o modificación, igualmente la investigación se distingue del sondeo y de la entrevista formal por su propia política de inmediatez que pretende llegar directa e inmediateamente a los fenómenos mismos evitando así la distorsión artificial de la investigación.

Siendo la observación; la simple vigilancia de los hechos sin tener ningún contacto con los mismos teniendo la ventaja de estar tanto dentro como fuera del objeto de estudio en este caso del Departamento de Prensa de INDES; y en este caso sirve para sobrellevar con éxito la investigación y que permite el involucramiento del investigador directamente pero sin tener que llevar un orden específico si no que un simple protocolo de convivencia diaria.

Convivencia que permite estar presente en el objeto de estudio sin contaminarlo ya que es un simple espectador sin tener ninguna participación activa en el mismo (solo se observa el día a día del departamento de Prensa de INDES)

A diferencia de los estudios descriptivos, correlacionados o experimentales más que determinar la relación causa y efecto entre dos o más variables, la investigación cualitativa se interesa, más en saber cómo se da la dinámica o cómo ocurre el proceso en que se da el problema y no en contar números.

Por lo que la perspectiva Interpretativa, contribuirá al desarrollo de la misma investigación, partiendo de la idea que los medios de comunicación ejercen influencia a través de la modelación de conocimiento de la sociedad.

Asimismo, la generación de información a través de diversos recursos de comunicación como comunicados, cartas la realización de conferencias y convocatorias de prensa y la producción y publicación de todo tipo de material institucional.

Además la técnica interpretativa reúne las aportaciones procedentes de varias ciencias que permiten crear significados generando así un modelo de conocimiento en la sociedad e influir en la misma a largo plazo, por lo que logrará a entender el fenómeno de estudio en este caso el Departamento de Prensa del Instituto Nacional de los Deportes.

Es aquí donde entra a jugar un papel importante el desarrollo de la comunicación institucional por parte de una estructura definida, ya que será ésta la que actúe para facilitar la consecución de los objetivos específicos de la institución y su público.

A través de la interpretación de la información se concluirá un perfil del INDES a través de la observación no participativa, el cual se utilizarán datos del quehacer cotidiano de las personas involucrada en el desempeño de del Departamento de Prensa del INDES, la entrevista en profundidad o semidirigida es aquella donde le permite al entrevistado conectarse libremente por temas o subtemas y así recabar información.

Las descripciones de las conductas sociales han de realizarse tal y como ellas ocurren en sus ambientes naturales, lo cual significa que en las entrevistas el investigador deberá contestar las preguntas que identifican el “Qué” y el “Dónde” de cada situación descrita. Todas las conductas deben entenderse desde la perspectiva de los participantes. Esto le implica al investigador adoptar la doble perspectiva de observador y participante del mundo para enriquecer este nivel de entendimiento.

Una consecuencia importante de lo expuesto es que las preguntas de investigación pueden ir cambiando en la medida que el estudio avanza y cómo ellas van siendo influidas por los procesos de recolección y análisis de datos en progreso.

Para G.Tuchman (1978) en *La Información Periodística y su Influencia Social* en el Capítulo III de la *Perspectiva Interpretativa* (Montero, María Dolores Bellaterra : Labor, 1993) “la construcción de la realidad de cómo las rutinas de trabajo periodístico determinan la producción de la información en general que permitan que se den los cuatro niveles de la producción de la información; 1) Jerarquía de la Noticia; 2) Tipificación de la Noticia; 3) El deber del medio así su público; 4) El propio punto vista del periodista”.

Además la investigación cualitativa tiene como característica común referirse a sucesos complejos que tratan de ser descritos en su totalidad, en su medio natural. No hay consecuentemente, una abstracción de propiedades o variables para analizarlas mediante técnicas

estadísticas apropiadas para su descripción y busca explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento, en otras palabras cómo y porqué se toma una decisión.

4.3 SISTEMAS DE CONCEPTOS

Para la obtención de este tipo de definiciones ha sido necesario partir de los conceptos que han dado forma al anteproyecto de investigación, dichos conceptos han sido investigados en materiales de comunicación de diverso autores y diccionarios enciclopédicos, los cuales dan paso a la definición conceptual de las siguientes palabras:

Boletín Producción periodística ligera y regular que proporciona informaciones exclusivas de una institución. El boletín debe ser lo mas informativo posible, neutro aparentemente fácil de leer.

Brochure: Documento plegable, de pocas paginas, generalmente sin encuadernar, que se emplea básicamente para proporcionar una información breve de algún tema, o producto del que trata, utilizando para ello colores e imágenes atractivas, así como textos claros y precisos.

Comunicación: Proceso de transmitir mensajes y compartir significador por medio de símbolos con un receptor o auditorium. Los símbolos pueden ser lingüísticos, no verbales, pictóricos, anotaciones de otra índoles; de tal manera que el proceso de selección, organización, expresión e interpretación de símbolos están incluidos en la transmisión de mensajes y su respectiva recepción.

Comunicación Institucional: acción y efecto de comunicarse en el ámbito interno o externo de una institución y puede definirse como el tipo de comunicación realizada de modo organizado por una institución o sus representantes, y dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que desarrolla su actividad. Tiene como objetivo establecer relaciones de

calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

Deporte: es toda aquella actividad en la que se siguen un conjunto de reglas e interviene una actividad física que requiere de una intervención de fuerza ya sea esta física o mental que permiten desempeñar de forma correcta dicha actividad

Institución: Sistema de pautas sociales relativamente permanente y organizado, que formula ciertas conductas sancionadas y unificadas, con el propósito de satisfacer y responder a las necesidades básicas de una sociedad. Toda institución formula los valores que comparten sus miembros a partir de bases sociales amplias, independientes y estructuradas alrededor de normas y pautas de comportamiento. Las instituciones son organismos que combinan ciertos he importantes rasgos identificatorios que generalmente parecen ser exteriores la individuo, pero que , en realidad, al ser abarcadoras, ejercen un dominio sobre las personas.

Internet: Sistema que utiliza programas o aplicaciones, informaciones o datos, las ocmunicaiones de las personas, donde se entrelazan sistemas individuales conectados para compartir información electrónicamente digitalizadas por medio de un sistema de telefonía que comunica a dos o mas computadoras conectadas en red. Dicha información digital puede transferirse en forma de texto, imagen, video, animación y sonido.

Imagen Institucional: es la percepción que los diferentes públicos tienen de una institución, no se forma con palabras sino por los valores, con actos y obras que tenga la organización con sus diferentes públicos.

Medios de comunicaron de Masas: Diversas formas industrializadas de producir información y entretenimiento en la sociedad de consumo: Televisión. Periódicos, radio, discos, libros entre otros. Actualmente penetra en toda la población urbana principalmente, pero también en la rural. Por extensión medio de comunicación de masas es todo el sistema de comunicación que al cansa a una amplia franja poblacional independientemente de la resistencia que opongan las comunidades, virtud de estrategias específicas de difusión y el uso de tecnología apropiada.

Paradigma: Es una concepción, esquema teórico, modelo al cual llega un grupo de científicos para convalidar una manera de percibir la realidad utilizando para ello un lenguaje similar o una peculiar Visio de ver las cosas. Un paradigma, como concepción implica una ideología; estos es , el conjunto de ideas o creencia a las que se llegan como resultado de una convicción.

Perfil: Recurso que permite reflejar características o rasgos de alguna persona o institución destacando sus fortalezas y debilidades que se ponen a la luz publica con el objetivo de resaltarlas.

Política: Actividad o ciertas decisiones vinculantes que se adoptan y desarrollan en el ámbito de un dominio específico. El objetivo de una ciencia política es justamente el de revelar a la lógica de este espacio, haciendo inteligibles las acciones de la s personas que actúen en el, así como las instituciones y los intereses que la sostienen.

Prensa: Conjunto de medios informativos periodísticos, comúnmente el término hace referencia a las publicaciones periodísticas diarias. Actualmente se engloba dentro del aprensa a la radio y a la televisión; pero debe hacerse siempre y cuando estos tengan en su programación noticieros específicos.

Públicos: Noción que hace regencia a una suma de sectores que pertenecen a estratos económicos y educativos diversos, con hábitos de consumo cultural y disponibilidad diferente para relacionarse con los bienes ofrecidos en el mercado, el publico no es homogéneo y su

comportamiento no es constante. Es heterogéneo debido a convivencia de temporalidades históricas distintas.

Publicación Divulgación que se realiza mediante la puesta a disposición del público de un número de ejemplares de la obra que satisfaga razonablemente las necesidades estimadas de acuerdo con la naturaleza y la finalidad de la misma.

VI METODOLOGÍA

5.1 CARACTER DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

La investigación será de carácter cualitativo es ella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema.

La misma procura lograr una descripción clara, intentando analizar exhaustivamente con sumo detalle, un asunto o actividad en particular; es decir que la misma busca profundizar hasta llegar al meollo del problema para descubrir aspectos que no están a simple vista. La investigación Cualitativa se interesa más en saber cómo se da la dinámica o cómo ocurre el proceso en que como se da el asunto o problema.

Teniendo en cuenta el poder de la mass media para colocar e incidir en la opinión pública referente a la imagen que tiene INDES como organismo publico del país y como ente rector del Deporte Nacional; establecida desde sus inicios y que ha sido trabajo del Departamento de Prensa de dicho Instituto, el encargado de sostener buenas relaciones con los medios de comunicación para que este fenómeno se ejecute tal cual son los planes del ente deportivo.

Relaciones que según Schutz el teórico mas prestigioso de la sociología en La Información Periodística y su Influencia Social en el Capituló III de la Perspectiva Interpretativa Interpretativa (Montero, María Dolores Bellaterra : Labor, 1993)sostuvo que “la capacidad de relacionarse unos con otros es un aspecto inherente de los seres humanos contribuyendo de tal

forma que se ha creado un sentido común a través del conocimiento y en este caso en la imagen institucional del fenómeno a estudiar”.

Además se utilizara la técnica de observación no participativa, que no es mas - que el investigador observe y toma datos, los estudios realizados por Jean Piaget en su Teoría constructiva, es un buen ejemplo de su método de observación natural. Simulaciones – es un método de observación no participativa donde se crea una situación y los sujetos actúan y se les observa. Estudio de casos - llevar a cabo un estudio exhaustivo de una persona, una sala de clase, escuela o institución. Tomando datos a través del análisis del que hacer cotidiano de las personas involucradas en el desempeño del Departamento de Prensa de **INDES**. También la entrevista en profundidad semidirigida que consiste en temas y subtemas con preguntas amplias, que permiten que el entrevistado pueda semiconectarse libremente con el subtema abordado.

Además la investigación cualitativa busca explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento. En otras palabras, investiga el por qué y el cómo se tomó una decisión, en contraste con la investigación cuantitativa la cual busca responder preguntas tales como cuál, dónde, cuándo.

Dándose el hecho de que la vida humana es infinitivamente variada comprensible que la lógica que gobierna la investigación que se hace para entenderla y también toma muchas formas.

La investigación cualitativa tiene como característica común referirse a sucesos complejos que tratan de ser descritos en su totalidad, en su medio natural. No hay consecuentemente, una abstracción de propiedades o variables para analizarlas mediante técnicas estadísticas apropiadas para su descripción.

Es decir, cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno, busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Seleccionando una serie de temas y midiendo cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga.

La investigación cualitativa se basa en la toma de muestras pequeñas, esto es la observación de grupos de población reducidos, como salas de clase, entre otras y es por ello que la esta investigación cabe dentro del paradigma y es viable por que reúne las características que esta teoría exige para llevar a cabo una investigación cualitativa.

5.2 DEFINICIÓN DE LA MUESTRA O CORPUS DE ANÁLISIS

La muestra que se eligió a someter a análisis es el Departamento de Prensa del Instituto Nacional de los Deportes (INDES), ubicado en el Palacio de los Deportes Carlos “El Famoso” Hernández en la Avenida Juan Pablo II. Se escogió esta Dependencia con el objetivo de dar a conocer el funcionamiento y las actividades que se realizan en dicha institución y que en su historia no cuenta con un perfil realizado siendo este trabajo el primero en su especie.

El carácter de la investigación es cualitativo, por que no interesan estadísticas si no las percepciones y opiniones de los entrevistados. Puesto que el objeto de estudio es el Departamento de Prensa, y el fenómeno comunicativo se desarrolla en dicho lugar, la investigación es micro social porque es una población reducida.

La investigación abarcó, un periodo entendido de nueve meses, que comprendió desde noviembre 2008 a mayo 2009 en el quinquenio del ex Presidente del INDES Jorge Hernández Isussi y al inicio de la nueva gestión comandada por el Señor Jaime Alberto Rodrigues en el periodo 2009-2014.

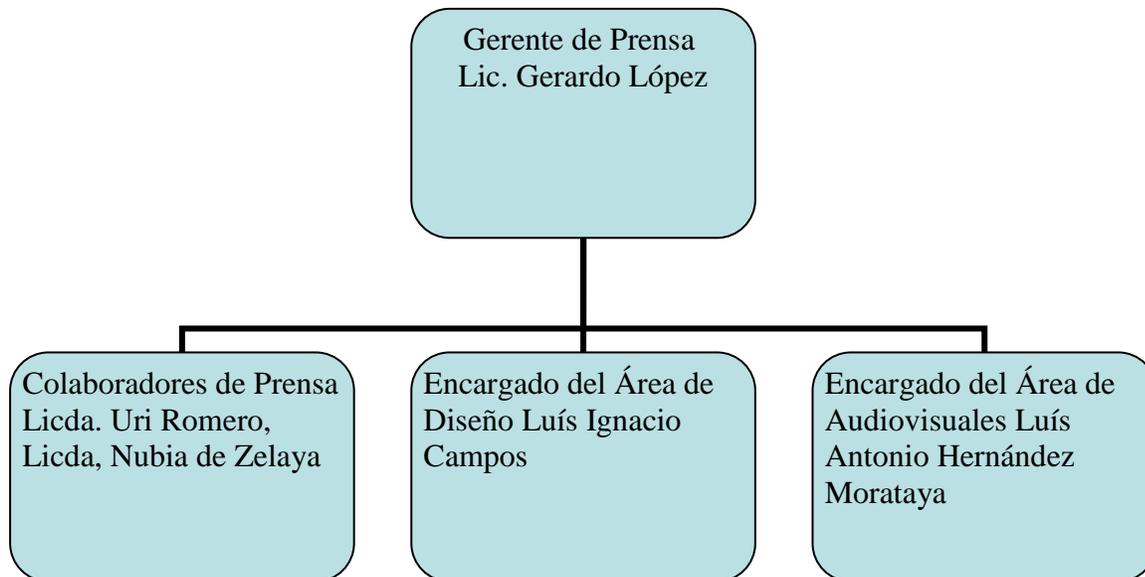
Además se eligió esta muestra (el Departamento de Prensa), debido a que son estos actores quienes están dentro del objeto de estudio, que es el objeto de esta investigación y por que sencillamente no hay mas sujetos que intervengan en dicho fenómeno.

MUESTRA DEL OBJETO DE ESTUDIO.

Se tomó como muestra al personal del Departamento de Prensa de INDES, como el fenómeno a estudiar y analizar el que hacer diario de esta unidad y sus integrantes a través de la observación no participante de sus actividades.

Las razones por la cual se toma esta muestra fueron que estos conforman el Departamento de Prensa y no hay más integrantes, excluyéndome del objeto de estudio por el corto periodo de laborar para la institución y por que me permitió estar inmerso en la misma muestra de forma directa observándole gran parte del tiempo que duro esta investigación.

Y la unidad esta jerárquicamente compuesta de esta forma.



5.3. DETERMINACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La técnica de investigación que se utilizará en la investigación será de carácter cualitativo, a través de la entrevista semiestructurada y la observación no participante; la observación y la entrevista son instrumentos para poder llevar a cabo con éxito y acierto la interpretación o la explicación de los resultados.

La entrevista semiestructurada no es otra cosa que la técnica de obtener información, mediante la conversación profesional con una o varias personas para un estudio de investigación o contribuir a los diagnóstico o tratamientos sociales, es un proceso de comunicación en el transcurso del cual ambos actores entrevistador-entrevistado pueden influirse mutuamente consiente como inconscientemente

La observación no participante es una de las actividades comunes de la vida diaria, actividad ejercida por todas las personas, la observación puede transformarse en una poderosa herramienta de investigación social. Haciendo uso de la técnica de la observación no participante

La finalidad de estas técnicas es proporcionar conocimientos, el quehacer, sus actividades, funciones, el desempeño laboral de cada uno de los miembros de Departamento de Prensa del Instituto Nacional de los Deportes (INDES).

El análisis de interpretación es una herramienta muy útil para el procesamiento de la información, además sitúa al investigador en una investigación concreta frente a la realidad.

El marco de referencia es simple general, y recurre a unos conceptos básicos:

- Qué es un perfil
- El contexto de los datos
- El objetivo del paradigma interpretativo
- La inferencia como tarea intelectual básica

- La validez como criterio de supremo de éxito.

Además se realizaron entrevistas a profundidad a las personas que laboran en la Institución estatal de esa manera lograr recabar información para el objeto de estudio.

Para la realización de una investigación es conveniente combinar una observación etnográfica (puede ser participante o no participante) y un estudio de caso con una entrevista en profundidad, lo que quiere decir que alguien puede decir una entrevista en profundidad y una observación directa; pero debe haber una combinación para hacer sentido en la investigación, por lo que en la investigación del Perfil del Departamento de Prensa del Indes se utilizó la no participante.

Dentro de la técnica de la entrevista se hizo uso fue la semidirigida que consiste en temas y subtemas con preguntas amplias, que permiten que el entrevistado pueda conectarse libremente con el subtema abordado. La investigación en Comunicación Desde la Perspectiva Cualitativa. Cáp. IV.

Durante la realización de la técnica se hizo mediante un cuestionario previamente elaborado que permitió que el entrevistado se desarrollara de buena forma sin sentirse sometido o atado a un lineamiento a seguir, contribuyendo a que las mismas preguntas llevaran a la realización de más interrogantes, que permitieron ampliar mas el fenómeno en estudio y que brindo una serie de conclusiones y recomendaciones que son expuestas más adelante.

Otra técnica que se utilizó fue la Observación no Participante; la cual consistió en la observación del área sin contaminar el objeto en estudio analizando de esta forma, el comportamiento, las aptitudes, el desempeño de cada uno de los integrantes de la muestra de estudio que se ha presentado en esta investigación.

Instrumento

Mes	Semana				Recurso Humano	Rutina	Uso de Equipo	Resumen
	1	2	3	4				
Enero	Se observo el comportamiento de la muestra escogida				La muestra completa (las 5 personas)	Diferentes actividades.	Computadora Grabadora periodística, Internet, material de oficina, cámara de videoteléfono y fax.	Observación general de la muestra para conocer el que hacer diario de cada uno de ellos.
Febrero	Primera semana.				Luís Morataya.	Camarógrafo.	Cámara de Video, computadora y teléfono.	La actividad que realiza es filmar eventos del INDES.
	Segunda y Tercera semana.				Uri Romero	Redactora	Computadora, grabadora periodística, teléfono.	Realizadora de boletín en red y las reuniones con las federaciones que realizan eventos.
Marzo	Primera y Segunda semana				Nubia Pereira	Redactora	Computadora, grabadora periodística, teléfono.	Realizadora de la revista institucional del INDES y comunicados de prensa y las reuniones con las federaciones que realizan eventos.
	Tercera, Cuarta Semana				Gerardo López	Jefe del Departamento de Prensa	Computadora, grabadora periodística y teléfono.	Realizador de los discursos para del presidente, coordina las actividades a cubrir, asiste a reuniones con el presidente para coordinar las actividades.
Abril	Segunda y Tercera semana				Luís Hernández	Encargado del área de Diseño.	Computadora y teléfono.	Realiza el diseño de la revista institucional del INDES, diseña logos tarjetas que le solicitan los demás departamentos del instituto y las federaciones.

GUIA DE PREGUNTAS PARA EL JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PRENSA INDES

- Objetivos de la institución
- Objetivos de la unidad de prensa de Indes
- Se cuenta con el suficiente personal para realizar las actividades
- Reciben alguna capacitación
- Qué tanto se ha logrado cumplir los objetivos de la unidad de prensa de Indes
- Conoce la imagen que los colaboradores de prensa de Indes tienen de la unidad
- Quién distribuye las tareas al personal y de que forma
- Cómo evalúa el trabajo de la unidad de prensa
- Que lugar ocupa la unidad de prensa en el organigrama de la institución
- Con quién se relaciona la unidad de prensa tanto interna como externamente
- Se cuenta con la infraestructura y los instrumentos adecuados para realizar las labores dentro de la unidad de prensa
- La ubicación geográfica de prensa Indes genera dificultades a los usuarios de la misma
- Qué tipo de información brinda la unidad a sus públicos interno y externo
- Con qué periodicidad proporcionan esa información
- La redacción es redactada de forma clara y sencilla
- Tienen hora de cierre
- Reciben esa información todas las unidades del Indes
- Tienen algunas dificultades para recibir esa información
- Cuáles son las políticas de comunicación que rigen la unidad de prensa

GUIA DE PREGUNTAS A REDACTORES DEL DEPARTAMENTO DE PRENSA DE INDES

- ¿Cuáles son los objetivos del departamento de prensa?
- ¿Qué tipo de información se produce en el Departamento de Prensa?
- Se cuenta con el personal suficiente

- Reciben los empleados de la Unidad de Prensa alguna capacitación
- ¿Qué imagen tiene del Departamento de INDES?
- ¿Cómo se evalúa el trabajo que realiza el Departamento de Prensa de INDES?
- ¿Cómo es su relación con sus superiores?
- ¿Qué mecanismo utilizan para informar a sus públicos tanto internos como externos?
- ¿Con qué facilidad se obtiene la información que se produce en el Departamento de Prensa?
- Se ha detectado alguna dificultad para realizar su trabajo
- ¿Cuáles son los objetivos de la institución?
- ¿Cuál es la técnica que utilizan para redactar?

GUIA DE PREGUNTAS PARA EL ENCARGADO DE AUDIOVISUALES

- ¿Cuáles son los objetivos de la institución?
- ¿Cuáles son los objetivos del Departamento de Prensa?
- Se cuenta con el personal suficiente
- Reciben los empleados de la Unidad de Prensa alguna capacitación
- ¿Qué imagen tiene del Departamento de Prensa de INDES?
- ¿Cómo evalúa el trabajo que realiza el Departamento de Prensa de INDES?
- ¿Cuál es la función que desempeña dentro del Departamento?
- ¿Cómo es su relación con sus superiores?
- ¿Qué tipo de información se produce en el Departamento de Prensa?
- ¿Con qué periodicidad se produce esa información?
- ¿Qué mecanismos utilizan para informar a su público tanto interno como externo?
- ¿Con qué facilidad se obtiene la información que se produce en el Departamento de Prensa?
- Ha tenido dificultades para realizar su trabajo.

GUIA DE PREGUNTAS PARA ENCARGADO DEL AREA DE DISEÑO

- ¿Cuáles son los objetivos de la institución?
- ¿Cuáles son los objetivos del Departamento de Prensa?
- Se cuenta con el personal suficiente
- Reciben los empleados de la unidad de prensa alguna capacitación
- ¿Qué imagen tiene del departamento de prensa INDES?
- ¿Como evalúa el trabajo que realiza el Departamento de Prensa de INDES?
- ¿Cuál es la función que desempeña dentro del departamento de prensa?
- ¿Cómo es su relación con sus superiores?
- ¿Qué tipo de información se produce en el Departamento de Prensa?
- ¿Qué mecanismo utilizan para informar a sus públicos tanto internos como externos?
- ¿Con qué facilidad se obtiene la información que se produce en el Departamento de Prensa?
- Se ha detectado alguna dificultad para realizar su trabajo

5.4. PROCEDIMIENTO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la investigación es necesario diseñar una serie de Fases que tienen como propósito, obtener un trabajo bien planificado y dar a los resultados por la importancia del tema, el debido tratamiento que estos merecen.

FASE I

Para la realización de este trabajo se obtuvo la información y bibliografía necesaria de la **teoría** de la Comunicaron Institucional; que sirve de apoyo a la investigación, se consultaron libros sobre métodos de investigación social y Distintas concepciones sobre la influencia de los medios de comunicación entre otros.

En esta fase se determino los elementos a investigar como lo son: La función que tiene el Departamento de Prensa la institución ante sus públicos y la manera que este desarrolla su

función informativa, sus herramientas de trabajo y las dificultades que día a día les acontece, además se Eligió la entrevista semidirigida y la observación no participante como herramientas.

La primera fase se realizó en el periodo de la segunda semana de agosto a la primera semana del mes de septiembre del 2008, tiempo que permitió buscar la información necesaria para desarrollar la investigación.

FASE II

En el trabajo de campo se procedió a la **Recopilación de la Información** que se obtuvo a través de las técnicas que se utilizaron las cuales son la entrevista semidirigida y la observación no participante que demostraron datos importantes a la investigación.

Por esta razón, es necesario sintetizar la información fuente conocida, también como información bruta, esto es, reunir, clasificar, organizar y presentar la información o relaciones de datos con el fin de facilitar su análisis e interpretación

En la segunda etapa se realizó desde la segunda semana de septiembre hasta la cuarta semana del mes de octubre del presente, permitiendo aplicar las técnicas descritas con anterioridad en el presenta trabajo.

FASE III

En esta Fase se efectuó el procesamiento de los datos el cual se desarrollo en una forma minuciosa para no dejar de lado declaraciones importantes de los entrevistados, la selección de la información se sometió a un análisis cualitativos, a esta etapa se le conoce como **Análisis e Interpretación de la Información.**

Otro paso dentro del proceso de interpretación que se realizo en el análisis, es el de determinar las condiciones de estructuración del Departamento de Prensa; es decir, realizar un análisis de las actuaciones, funciones y deberes que tiene el Departamento de Prensa dentro del INDES.

Además se realizó la entrevista con las personas involucradas en el funcionamiento del Departamento de Prensa, de cómo funciona dicha entidad, las actividades que realiza en **pro** del deporte nacional y el apoyo que se les brinda tanto a las federaciones como asociaciones deportivas reconocidas por el INDES..

Esta fase se ejecutó en el periodo de la primera semana de noviembre hasta la tercera semana del mes de diciembre del 2008, tiempo que permitió analizar e interpretar la información encontrada en el desarrollo la investigación

FASE IV

Con los resultados que se hallaron luego de la investigación se creó el Perfil Institucional del Departamento de Prensa del Instituto Nacional de los Deportes y con ello se efectuó **Conclusiones y recomendaciones** de dicha institución.

Además, se dio una serie de recomendaciones luego del procesamiento de la información encontrada, que beneficien al desempeño del día día de quienes laboran dentro del objeto de estudio.

FASE V

Y Finalmente, se procedió a la entrega y exposición de los resultados obtenidos en el transcurso del trabajo de campo. Además se expuso la forma de cómo se obtuvo la información para la evaluación de la misma.

VI EXPOSICIÓN DE RESULTADOS

La existencia diaria del hombre transcurre en un sin fin de organizaciones tales como: instituciones religiosas, familiares, políticas, culturales, educativas, recreativas, entre otras; en las cuales el individuo se compenetre con otros para interactuar y así expresar toda clase de conocimientos.

La pertenencia a la organización, tal como ocurre en los grupos puede ser de naturaleza voluntaria e involuntaria. Podemos caracterizar la organización por la existencia de una relación particular entre los individuos, regida por normas compartidas y con roles definidos que permiten controlar y realizar las distintas actividades.

Las organizaciones se clasifican según el tipo de función: empresarial, comercial, educativa, pedagógica, gubernamental, administrativa, militar, publicitaria, cultural y de salud entre otras; donde las personas conviven e interactúan con otros individuos de acuerdo con los espacios y normas de la institución. En las organizaciones es necesario controlar rigurosamente a las personas di se desea lograr el o los objetivos.

La organización es vista como un sistema que contiene una jerarquía de subsistemas en interacción; dentro de ella existen fuerzas que le dan coherencia y permanencia como sistema.

En palabras de Annie Bartili la comunicación “es una actividad inherente a la naturaleza humana que implica la interacción y la puesta en común de mensajes significativos, a través de

diversos canales y medios para influir, de alguna manera en el comportamiento de los demás y en la organización y el desarrollo de los sistemas sociales.

Se considera a la comunicación como un proceso e interacción de lenguajes que se encuentran más allá del traspaso de la información. Es un hecho sociocultural que un proceso mecánico”. En el cual por ley deben de interactuar dos o mas personas para llevar a cabo dicho acto en el cual deben existir un emisor y un receptor convirtiéndose el emisor en receptor y el receptor en emisor de un mensaje.

La comunicación es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las organizaciones sociales, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega un papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamientos comunicacional en función de variables sociales, ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo específico.

El Departamento de Prensa del INDES, medio que los periodistas deportivos tienen para relacionarse con las diferentes federaciones deportivas asociadas a Indes. Ya que muchas veces a causa de su saturada agenda de trabajo los informadores no pueden acudir a los diferentes Torneos o Campeonatos que se desarrollan.

Por lo que el Departamento de Prensa se convierte en su fuente principal, y en su principal proveedor del que hacer deportivo de cada una de las Federaciones ya que es este el Departamento de Prensa quien brinda semanalmente una agenda deportiva que incluye toda la información que brindan las federaciones para que sea difundida y para que se le de una cobertura periodística y de esta forma dar a conocer el desenvolvimiento de cada uno de sus atletas.

A continuación se presenta la interpretación de toda la información recopilada en las entrevistas realizadas a todos los miembros del departamento de Prensa de Indes, usuarios y empleados así como también los datos obtenidos en la guía de observación no participantes.

6.2 DISTRIBUCION DE TAREAS

Las tareas son distribuidas por el Jefe Del Departamento de Prensa, estas son el monitoreo de prensa, el cual consiste en recolectar la información que se publica en los medios impresos y esta se distribuye al presidente; actualizaciones del archivo, es el almacenamiento de notas deportivas de los periódicos vinculadas al Indes.

A las federaciones que lo conforman; relaciones publicas, referida a la asesoría respecto al trato que cada miembro del departamento debe tener hacia las diferentes federaciones y los mismos periodistas deportivos; realizar conferencias de prensa, para dar a conocer las diferentes actividades que las federaciones llevaran a cabo en pro al desarrollo del deporte.

Finalmente la cobertura de las actividades del presidente del Instituto Nacional de los Deportes para luego elaborar un boletín informativo de las mismas, estas son asignadas a cada miembro de la gerencia de prensa de acuerdo a la capacidad y puesto dentro de la oficina.

Todas las federaciones reciben la misma atención, dándole cobertura ordenada y llevando una programación de cada una de las actividades de las federaciones durante todo el año, teniendo con federaciones un sin fin de reunión con el objetivo de que cada evento deportivo salga de buena forma colaborando todo el personal del Departamento durante el desarrollo del mismo.

De acuerdo al Jefe del Departamento de Prensa Gerardo López. El servicio que brinda le gerencia es eficiente porque llevan una programación diaria de toda la actividad deportiva con el objetivo de informar a los periodistas oportuna y rápidamente.

Finalmente para el jefe del Departamento la oficina trabaja a un esfuerzo del cuarenta por ciento del cien por ciento que deben laborar; sin embargo en las evaluaciones realizadas por algunos periodistas deportivos aparece bien calificada tanto por atención y calidad de información que generan. (Ver anexo 1 pregunta 7)

6.3 RELACIONES DE JERARUUA Y RELACIONES INTERPERSONALES

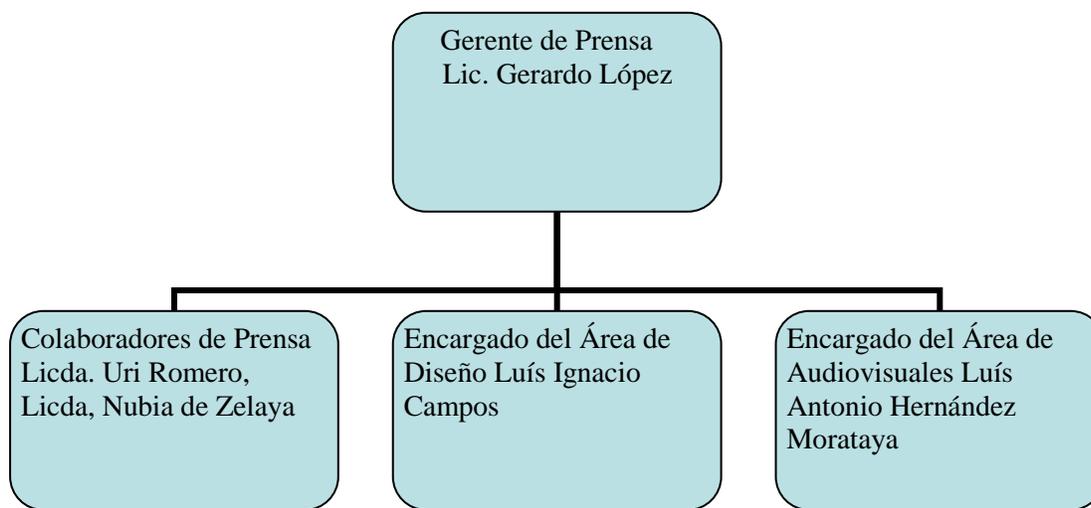
El Departamento de Prensa pertenece al Instituto Nacional de los Deportes dependencia directa de Casa Presidencial, y aunque no esta ubicada en las instalaciones de CAPRES, es necesario que el departamento de prensa sea reconocido en el organigrama de la precedencia debido a que es esta oficina en coordinación a comunicaciones del estado que arman el aparato comunicacional en eventos de trascendencia internacional.

Según Gerardo López, Gerente de Prensa el departamento trabaja en función de mejorar la imagen del Instituto Nacional de los Deportes a través de la cobertura periodística de la actividad deportiva de las federaciones asociadas a Él; con el propósito de brindar información exacta y transparente ya que estos facilitan a la prensa deportiva información a los periodistas que asisten y los que no asisten a las diferentes actividades.

El orden jerárquico del Departamento de Prensa es el siguiente: Lic. Gerardo López gerente de Prensa, Licdas. Uri Romero y Nubia Pereira de Zelaya quienes se encargan de cubrir la actividad deportiva para luego redactar Boletín en red y la información que es enviada a los diferentes medios de comunicación respectivamente.

Además de ello se encargan de coordinar con las federaciones las actividades deportivas que estas realizan; Sr. Roberto Flores encargado del área de fotografía quien realiza el trabajo de tomar editar y subirlas fotos a la pagina Web para acompañar o ilustrar el Boletín en red y de enviarla a los medios impresos deportivos del país.

También se cuenta con un técnico en el área de audiovisuales el Sr. Luís Antonio Hernández Morataya quien esta encargado de hacer todo lo relacionado a video en las actividades que realiza el INDES y sus federaciones; material que luego es proporcionada las televisora nacionales para que estas den a conocer el que hacer del Instituto, además se cuenta con un encargado del área de diseño grafico el técnico en arquitectura Luís Ignacio Hernández, quien tiene la tarea de hacer tolo la relacionada al área grafica de la institución



Con base en la observación realizada , al interior del Departamento de Prensa existe una relación de compañerismo entre el jefe y los colaboradores, lo cual permite que el trabajo que allí se realiza sea eficiente e integral como lo manifiesta Gerardo López gerente de prensa “aquí nos llevamos bien y es por ello que he tratado de ser un amigo y no un jefe razón que permite realizar un buen trabajo”; sin embargo cuando se corrigen errores la jefatura aplica las sanciones administrativas correspondiente al grado del problema de tal forma que las labores de la oficina no se ven afectadas negativamente.

6.4 RELACIÓN ENTRE LAS DISTITAS AREAS QUE CONFORMAN LA INSTITUCIÓN

El Departamento de prensa de INDES tiene una buena relación con las otras áreas que integran el Instituto, siendo estas la gerencia técnica, las federaciones, la gerencia de comunicaciones y la gerencia de desarrollo deportivo, debido a esta relación se le facilita obtener la información adecuada para de esta forma poder informar a los periodistas deportivos de los deferentes medios de comunicación.

Uno de los servicios que el departamento de prensa brinda a las demás gerencias es el asesorarles en el trato hacia los medios de comunicación y al público en general, esto se debe a que en algunos casos los usuarios no reciben el trato adecuado, pese a que es una institución gubernamental que genera información de interés público.

Sin embargo, aunque el departamento de prensa mantiene una cordial relación con las demás gerencias, no en todas las oficinas aceptan la presencia de dicha unidad a pesar de ser compañeros de la misma institución.

Hay federaciones y estructuras inaccesibles que no les gusta tener contacto con los medios de comunicación ni brindarles información, afectando de alguna manera el trabajo de la prensa interna y de la imagen de la misma al exterior de la institución.

Según Uri Romero, redactora del departamento de prensa de Indes entre las razones por las cuales no reciben la colaboración de algunos gerentes de federaciones para facilitar la información se encuentra, la falta de políticas de comunicación en la institución y en ocasiones los mismos empleados generan un bloqueo de información a los periodistas deportivos.

A ello se le suma el poco interés que los federativos tienen para que se de a conocer la información que surge en su interior, debido a que tienen temor a que se les descubra el desenvolvimiento de estos, siendo bueno o malo dentro de la organización que dirigen por parte de los informadores deportivos quienes acuden siempre al Departamento de Prensa para que se les de una respuesta que en la mayoría de casos esperan sea positiva para poder llevar algo de que escribir o hablar en sus respectivos noticieros deportivos.

6.5 MENSAJES PRODUCIDOS POR LA INSTITUCIÓN

El departamento de prensa ofrece información periodística del ámbito deportivo, de tal manera que la actividad de dicha oficina puede compararse, según el jefe de la gerencia de prensa Gerardo López a la que se realiza en un “periódico o programa deportivo” debido a que en el Instituto Nacional de los Deportes se produce información relevante y de interés público de acuerdo a las actividades que diariamente las 39 federaciones asociadas a la institución.

En esta institución se trabaja alrededor de un boletín informativo llamado **boletín en red y comunicados de prensa**, en el cual se informa sobre las actividades que se realizan en las 39 federaciones y asociaciones reconocidas por el Indes; se elabora con una redacción clara y sencilla ya que se trabaja con una nota fría que permite el entendimiento rápido de la información producida y esta es editada por el gerente de prensa con el fin de garantizar la pluralidad y seriedad de la mencionada unidad; se distribuye a los medios de comunicación a las federaciones y a los empelados del Instituto Nacional de los Deportes.

Otro de los mensajes que se producen es el monitoreo de prensa, él se recopilan todas las informaciones más relevantes del ámbito deportivo relacionado a Indes y sus federaciones publicadas en los medios de comunicación escrita con el propósito de elaborar un informe que luego es enviado al Presidente y Gerente general de la institución y este informe es elaborado por el jefe del departamento de prensa.

Ambos productos son elaborados diariamente y en el caso del boletín en red no tiene su hora de cierre ya que este depende del horario de las actividades que realizan las federaciones y la presidencia del Indes y en el caso del monitoreo es entregado al terminar la mañana.

En base a lo observado, actualmente el Departamento de Prensa no cuenta con las herramientas que le permiten realizar el trabajo de una manera más ágil, puesto que para el envío del los comunicados de prensa se toma mucho tiempo hacerlo vía fax ya que los aparatos son

muy viejos y obsoletos lo que lo hace muy difícil hacerlo de forma rápida, a la vez se interrumpe la línea telefónica dejando disponible solo una línea para los periodistas y los colaboradores de la oficina.

Otro de los impedimentos con los que cuenta el departamento de prensa es el servidor de informática que es muy viejo lo que dificulta en algunos casos enviar la información vía Internet, debido a que el servicio se encuentra caído y tarda mucho tiempo el cual obstaculiza un trabajo eficiente.

A partir de lo observado y de las entrevistas realizadas se puede decir que el departamento de prensa prioriza la imagen externa a la imagen que los empleados del Instituto Nacional de los Deportes tienen de la institución; esto es debido a que la producción de mensajes está orientada con mayor esfuerzo para el público externo y se limita a la elaboración del boletín y comunicados de prensa diario.

Y si bien es cierto que la función del Departamento de Prensa es crear una imagen favorable del trabajo que se realiza con lo relacionada al deporte nacional ante un público externo, es necesario que dediquen más esfuerzos a fortalecer la imagen que los empleados del Indes tienen sobre la institución, para que su desempeño sea eficiente.

La producción de mensajes cuyo destino es la población en general, se limita a la elaboración del boletín en red y de los comunicados de prensa, por lo que la creación de mensajes es relativamente pobre o escasa, por tanto el jefe del departamento de prensa debería solicitar que se cubra la actividad deportiva de manera más detallada.

Medio que produce el Departamento de Prensa (ver anexos 6 y 7)

Entre los medios que se producen al interior del Departamento podemos mencionar

- **Boletín en Red**, este es producido a diario en el cual se da a conocer a los empleados el que hacer de la Institución, aunque no todos los empleados tienen acceso a Internet se les publica en la pizarra mural de la institución la cual se encuentra ubicada en el marcador y

que es llamado “NotiIndes” y la información que se maneja es este medio es las actividades que el Presidente de INDES y las diferentes federaciones llevan a cabo en pro del deporte nacional.

- **Boletín mensual**, en este se recopila la información mas importante de lo ocurrido durante mes y esta compuesta por 8 paginas. Y tiene como público específico atletas, empleados directivos de las diferentes federaciones, y público en general.
- **Revistas trimestral “INDES”**, a diferencia del boletín la revista esta compuesta por 24 paginas y también se recopila la información más importante de lo que realiza la Institución. Y tiene como público específico atletas, empleados directivos de la federaciones, y público en general.
- **Comunicados de Prensa**, este son realizados cada vez que se lleva a cabo una conferencia de prensa y en el dan un preámbulo de lo que se tratara dicha reunión. Y es dirigido a los periodistas que asisten a las diferentes conferencias de prensa

6.6 FLUJOS DE INFORMACIÓN

De acuerdo a Gerardo López, el flujo de información es dinámico por que todos los colaboradores que integran esta unidad siempre que tienen un interrogante la expresan abiertamente al jefe, lo que les permite tener una comunicación multidireccional es decir, que se da de forma de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba y transversalmente permitiendo una flexibilidad oportuna entre lo formal y lo informal dentro del nivel de jerarquía en un oficina.

Por el hecho que dentro del departamento se maneja información delicada los colaboradores consultan cualquier duda que tengan al lic. López, debido a que tomar decisiones sin antes consultar al jefe pudiera causarles consecuencias negativas para el desarrollo de las actividades y crear de esta forma una desinformación en los medios de comunicación, lo que perjudica la imagen de la institución misma y de las funciones que dicho departamento realiza.

Por lo anterior, Gerardo López mantiene una relación de confianza con sus colaboradores, conocen sus inquietudes ya que ellos personalmente se las comunican; esto logra motivar al personal del departamento de prensa para que se comprometa con los objetivos y las metas institucionales, se reconoce al individuo valioso y competente, resalta el trabajo en equipo y la creación individual.

En cuanto a los flujos de comunicación que tiene el departamento de prensa de Indes con las demás áreas que conforman la institución se manifiesta con la relación que existe con los periodistas ya que esta es bastante buena y abierta y siempre están disponibles para colaborar con ellos (los periodistas deportivos)

Para fortalecer la comunicación con las diferentes federaciones deportivas el lic. López, explicó que constante mente están sosteniendo reuniones con presidente y gerentes de la federaciones, en las que se discuten temas relacionados a las actividades deportivas que estas realizan, lo cual pudo ser comprobado durante la observación de l objeto en estudio.

Por otra parte, los miembros del Departamento de Prensa de Indes trabajan para tener una relación estrecha con los medios de comunicación, de acuerdo a lo explicado por López para la celebración del día del periodista se organizan actividades siendo estas desayunos o almuerzo con los diferentes periodistas deportivos así como con los presidentes de las federaciones para estrechar lazos de comunicación entre estos.

Con base a lo observado, los colaboradores del Departamento de Prensa fomentan diariamente una comunicación confiable con los periodistas deportivos, debido a que después de que estos realizan su trabajo en las conferencias o en entrevistas previas con algún dirigente de la Institución o de alguna federación aprovechando para compartir una conversación amena en horas de almuerzo o fuera del horario de labores.

Contribuyendo de esta forma la creación y fortalecimiento de una buena imagen de la institución ante los públicos externos, a través del buen trato hacia los periodista, a los visitantes

que acuden al Departamento de Prensa para informarse del que hacer de las federaciones o a solicitar documentación tanto escrita como visual de las diferentes disciplinas deportivas que se imparten en las federaciones afiliadas al INDES

Cuando las federaciones organizan eventos importantes, solicitan el apoyo logístico del Departamento de Prensa, con el objetivo de cubrir la competencia deportiva y por ende su difusión en los diferentes medio de comunicación con los que cuenta el Departamento de Prensa.

Y de esta forma los medios de comunicaron masiva cuando no asisten para poder cubrir dicha competencia solicitan material audiovisual, fotográfico y escrito al Departamento de Prensa y de esta forma se genera una cadena de información satisfaciendo las necesidades de los miembros de las federaciones que se de a conocer el certamen deportivo.

Además se facilita ayuda a jóvenes estudiantes y universitarios quienes acuden al Departamento de Prensa a solicitar permisos para realizar actividades académicas dentro de la Institución, así como también se les proporciona la documentación necesaria que estos requieren.

6.7 POLITICAS DE COMUNICACIÓN

Debido a la importancia que tiene el Instituto Nacional de los Deportes es necesario que este tenga políticas de comunicación bien definidas que establezcan las reglas del juego a las que el departamento de prensa deba ajustar sus acciones, puesto que dicha unidad maneja información de interés que acontece en el área deportiva

Pese a lo anterior, el Departamento de Prensa no posee políticas de comunicación establecidas que definan la línea de trabajo que deben seguir los colaboradores. Esta situación ha provocado que entre los mismos miembros de la oficina se creen parámetros que indiquen como deben realizar su función, en palabras del Lic. Gerardo López uno de esos parámetros es informar de la mejor manera.

La falta de políticas de comunicación que rijan las actividades del departamento de prensa podría atribuirse según López, a que las estructuras de gobierno generalmente no le

atribuyen mucha importancia a las oficinas de prensa; así mismo Gerardo López agrega, “que no se les ha apuntado a las comunicaciones ya que uno como trabajador obedece lineamientos de las autoridades en turno y ellos siguen creyendo que las comunicai0ne son relaciones publicas o protocolo”.

Hasta el momento López, manifestó que ha estado solicitando a la presidencia del Indes la creación de políticas de comunicación para el Departamento, ya que son ellos los que deberían formularlas en coordinación con otras áreas de la mismas institución para realizarse trabajo de tal manera que exista un equilibrio entre proporcionar una información veraz y así crear una imagen positiva de la entidad, no obstante no se han logrado resultados positivos sobre el tema. (Ver anexo 1)

Mientras no haya políticas de comunicaron que rijan el trabajo del Departamento de Prensa de Indes, los colaboradores seguirán improvisando los parámetros a seguir y cometiendo algunos errores en el manejo de la información, cuestionando con los gerentes y presidentes de las federaciones, el acceso de información delicada que pueda afectar el desarrollo de cada área que conforma la institución y para los periodistas se presentaran restricciones a la información que no estén establecidas por la ley general de los deportes.

Debido a que las únicas políticas que se siguen son las que determina una sola persona (el presidente) con criterios muy lejanos a los de una comunicación direccional emisor- receptor.

CONCLUSIONES

El principal obstáculo que enfrenta el Departamento de Prensa es la falta de una política de comunicación para realizar de manera óptima su trabajo informativo, el cual tiene como objetivo crear en los usuarios de la institución y en el público en general una imagen positiva del ámbito Deportivo.

Como resultado de lo anterior se puede mencionar la inadecuada planificación de la comunicación. De lo que deriva en la fijación de objetivos confusos, falta de determinación de instrumentos y parámetros de evaluación, falta de estrategias de comunicación definidas y la poca o nula participación de los públicos internos en la elaboración y ejecución de un plan de comunicación institucional.

Frente a esta situación, tanto el jefe del Departamento de Prensa así como los colaboradores de la misma se han visto en la necesidad de crear sus propias políticas de comunicación en las que se contemplan principios como: lograr que los públicos otorguen un mayor grado de credibilidad al Instituto Nacional de los Deportes y a la labor que se realiza en su interior.

Además en dichas políticas están implícitos el cumplimiento de otros principios tales como: garantizar el ejercicio del derecho a la información que asiste al público en general, la libertad de prensa y servir como intermediarios entre los medios de comunicación y las

autoridades de la institución para que no se vea afectado el protocolo con que debe llevarse a cabo una actividad deportiva garantizando así el acceso a la información.

El Departamento de Prensa ve frustrada su función de lograr que el público asigne un mayor grado de credibilidad al centro judicial cuando las ocupaciones de este se rigen por aspectos netamente políticos y no deportivos en beneficio de los competidores de la misma actividad.

En relación a la información producida se puede decir que se limita a la elaboración de un boletín en red y a la cobertura de actividades en las que participa el Presidente de la Institución, por lo que la creación de mensajes informativos es relativamente pobre priorizando únicamente la imagen externa.

Sobre el examen realizado al Departamento de Prensa se puede concluir que es necesario diseñar otras herramientas para la recolección de datos de carácter cuantitativos para realizar mediciones sobre la labor que desempeña la unidad dentro del INDES, por tanto sería recomendable combinar ambas técnicas la cualitativa y la cuantitativa.

RECOMENDACIONES.

Un aspecto que facilitara la distribución a los usuarios seria el acceso a un espacio de la página Web del Instituto Nacional de los deportes el cual se puede estar actualizando diariamente ya que la institución produce es periódico.

Puesto que la información que el Departamento de Prensa brinda es de tipo periodística y se desfasa rápidamente, por lo tanto las autoridades del Indes deberían facilitarles el espacio que ellos requieren para cualquier labor informativa.

Por otra parte, y muy importante es preciso que se les otorgue tecnología de punta que les permita realizar el monitoreo de prensa y otras actividades de manera más rápida ya que esta profesión es de cambios tecnológicos continuos y de rigor estar al tanto de los mismo.

También es de gran importancia que todos lo que laboran dentro del Departamento de Prensa pongan su mayor empeño al trabajo que realizan, buscando prever las necesidades del usuario de tal manera que con esto se puedan mejorar sus labores.

El Departamento de Prensa de INDES, debería estar gráficamente representada o revalorizada considerando que es esta unidad es la que trabaja para crear, fortalecer y mejorar la imagen de la institución tanto para su público interno como para el externo.

Aunque la principal tarea del Departamento de Prensa es crear un imagen favorable del trabajo que realiza el Indes ante el público externo, es preciso que dediquen más esfuerzos en fortalecer la imagen que los empleados de la Institución tiene sobre la entidad para que su desempeño sea de forma eficiente.

FUENTES DE CONSULTA

Sandoval Casilimas, Carlos A. 1996. **Investigación Cualitativa.** Edición virtual. Bogotá, Colombia, 1996.

Ruiz Olabuenaga, **Metodología de Investigación cualitativa,** España Universidad Deusto. 1983

Grande, Julio Cesar, **Diccionario Moderno Cultural de la Comunicación e información,** edición 2003, San Salvador, El salvador Centro América, ASOCIACION DE ESTUDIANTES DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.

Tesis

- Brizuela, Edith Maritza; Delgado, Carmen Elena; Gutiérrez, Heidi Marisela.
Identificación del Perfil de Comunicación Institucional Externa de los Ministerios De El Salvador Universidad José Simeón Cañas, en 2001

Fuentes Personales

- Lic. Gerardo López, Jefe del Departamento de Prensa entrevista realizada el 12 de mayo de 2009.
- Licda Uri Romero, Encargada de la elaboración del Boletín en Red, entrevista realizada el 13 de mayo 2009.
- Licda. Nubia Pereira de Zelaya, Encargada de la elaboración de la Revista Institucional del INDES, entrevista realizada el 18 de mayo de 2009.
- Sr. Luís Ignacio Hernández, Encargado del área de Diseño, entrevista realizada el 22 de mayo de 2009.
- Sr. Luís Antonio Morataya, Encargado del área Audiovisual, entrevista realizada el 29 de mayo de 2009

ANEXOS

ENTREVISTA CON JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PRENSA INDES

LIC. GERARDO LÓPEZ

- **Objetivos de la institución**

Dar cumplimiento o llevar a cabo las políticas públicas referentes al deporte ese es prácticamente el objetivo principal de la institución

- **Objetivos de la unidad de prensa de Indes**

Promover difundir y dar a conocer el trabajo que la institución desarrolla en todos sus ámbitos

- **Se cuenta con el suficiente personal para realizar las actividades**

A nivel general para darle una buena cobertura no se cuenta con el personal suficiente por que prácticamente hoy solo nos centramos en el área de San Salvador. Pero nos falta darle una buena< cobertura al interior del país

- **Reciben alguna capacitación**

Si hay capacitaciones en diferentes aspectos mas que todos en cuestiones administrativas y en cuestiones de cada área son muy pocas.

- **Que tanto se ha logrado cumplir los objetivos de la unidad de prensa de Indes**

Si los hemos cumplido, bastante quizá en un 90% y a veces no se cumplen por las limitantes que ya había mencionado anteriormente

- **Conoce la imagen que los colaboradores de prensa Indes tienen de la unidad**

Yo creo que si lo conozco, tal vez esta como encontrado en cuestiones positivas en el sentido que hemos cumplido la metas y las exigencias que le exigen al departamento y tal vez las negativas en el sentido que muchas veces nos faltan recursos o incentivos para que todos estuviéramos satisfechos

- **Quien distribuye las tareas al personal y de que forma**

Yo soy el encargado de distribuir las mas que todo el espacio físico del departamento es pequeño lo hago a nivel verbal no se requiere a nivel de memo por que estamos cerca y así ahorramos recursos.

- **Como evalúa el trabajo de la unidad de prensa**

A nivel general nos falta un poco mas de entrega y un poquito mas de responsabilidad individual

- **Que lugar ocupa la unidad de prensa en el organigrama del Indes**

Lo ubican a nivel de asesoria, como asesores

- **Con quien se relaciona la unidad de prensa tanto interna como externamente**

Con todas las áreas, pero se tiene mas relación con la presidencia gerencia general y la gerencia técnica son básicamente con las que se tiene una relación mas continua

- **Se cuenta con la infraestructura y los instrumentos adecuados para realizar las labores dentro de la unidad de prensa**

En la infraestructura talvez si las herramientas nos faltan ya que en nuestra profesión las herramientas van evolucionando y muchas veces nos vamos rezagando en la actualización de ciertas cosas

- **La ubicación geográfica de prensa Indes genera dificultades a los usuarios de la misma**

No creo que no.

- **Que tipo de información brinda la unidad a sus públicos interno y externo**

Se brinda información netamente periodística mas que todo para los medios de comunicaron

- **Con que periodicidad proporciona esa información**

Procuramos hacerlo diario por lo menos un boletín por día

- **La información es redactada de forma clara y sencilla**

Quizás por mi experiencia siento que si ya que se redacta una nota fría que es entendible por quienes nos leen y muchas veces los medios de comunicación las presentan tal cual nosotros se la mandamos haciéndoles mas fácil el trabajo a ellos (los periodistas)

- **Tienen hora de cierre**

Si debido a nuestro Horario de trabajo que lo normal son 8 horas laborales pero cuando hay eventos extraordinarios hasta que ha terminado la actividad

- **Reciben esa información todas las unidades del Indes**

Si a nivel electrónico

- **Tiene algunas dificultades para recibir esa información**

Quizás un poco como no todas tienen computadoras

- **Para desempeñar sus labores tienen alguna dificultad**

No solo talvez las dificultades técnicas son la que he detectado

- **Como es su relación con los colaboradores de la unidad**

Pretendo hacer una relación de amistad no de presión de compañerismo

- **Cuales son las políticas de comunicación que rigen a la unidad de prensa**

No regimos con libertad ya que no hay algo encajonado mantenemos a los medios informados darle lo que necesitan ellos (los medios)

- **Quienes son o deberían ser los encargados de establecer esas políticas**

La política en si son las máximas autoridades por que uno puede tener una políticas pero no puede imponer mas que le dicen a uno que esta hay que seguir y esa es la que seguimos

- **Y no debe ser la misma unidad de prensa**

Podemos tener una línea propia pero debemos adecuarnos a los mandatos de los de arriba

- **Que proyectos tiene la unidad de prensa de Indes**

Tal vez por el momento no tenemos a corto plazo a largo tenemos mejorar la pagina Web actualizarla y lo que sucede es que se necesitan recursos y nosotros los tenemos limitados por

ejemplo quisiéramos tener un programa de radio, de televisión nacionales pero se requieren recursos y no los tenemos

- **Los colaboradores participan en la realización de esos proyectos y quienes son**

Si, la mayoría de proyectos participan los redactores ya que nos encargamos de hacer la mayoría de material escrito y acá nos decidimos en áreas camarógrafo, redactores y fotógrafo.

- **Que mecanismos utilizan para fortalecer la comunicación con sus públicos (interno-externo)**

Lo hacemos a través de Internet, fax invitaciones personales, llamadas telefónicas esos son los canales que utilizamos para que llegue la información a estos.

- **Como es la relación de la unidad de prensa con las demás unidades o gerencias de Indes**

Son armónicas ya que tratamos de colaborar con las demás unidades y ellas también colaboran bastante con lo que uno requiere

- **Que medios utilizan para informar a los públicos tanto interno como externo**

Eso es más complicado evaluarlas en el sentido de que uno nunca sabe como piensan pero en el sentido de cómo nosotros les proveemos la información y la inmediatez del servicio que les prestamos creo que también es armónico refiriéndome a los periodistas en el sentido que ha habido pocas quejas al decir que uno no les colabora que les cierra las puertas

Anexo #2

ENTREVISTA CON COLABORADORA DE PRENSA

LICDA. NUBIA PEREIRA DE ZELAYA

- **Cuales son los objetivos de la institución**

Los objetivos de la institución se derivan de la misión y visión que se elaboraron para el quinquenio 2004-2009, del período presidencial de Don Elías Antonio Saca. Como resumen de los objetivos esta la promoción el desarrollo integral del deporte comunitario, estudiantil y de alto rendimiento a través de una institución, en este caso el INDES, la cual tendrá la característica de espíritu de servicio, eficiencia y capacidad para interactuar entre los públicos internos y externos que beneficien a la población en todas las dimensiones deportivas. El plan de trabajo contempla nueve áreas estratégicas que se reflejan en proyectos y acciones.

- **Cuales son los objetivos de el departamento de prensa**

El Departamento de Prensa tiene como objetivo primordial posicionar al INDES como la institución líder del deporte salvadoreño y generar una imagen positiva ante un público interno como externo.

- **Se cuenta con el personal suficiente**

Sí, actualmente, cuenta con un personal capacitado en cada una de sus áreas y éstas tienen el equipo y material necesario para desempeñar sus funciones.

- **Reciben los empleados de la unidad de prensa alguna capacitación**

Sí, hay capacitaciones a nivel general que son impartidas por instituciones que hacen contacto directamente con la Gerencia de Recursos Humanos. A nivel periodístico no hay.

- **Que imagen tiene de el departamento de prensa de INDES**

A nivel de medios tiene muy buena aceptación, ya que a las convocatorias hechas por esta Unidad, en lo general asisten unos 20 periodistas (prensa, radio y televisión), eso habla muy bien del poder de convocatoria.

- **Como evalúa el trabajo que realiza el departamento de prensa de INDES**

Muy bueno, primero por que cuenta con el personal capacitado y segundo porque se cuenta con la mayoría de herramientas para realizar las funciones propias de la Unidad, como ejemplo: computadoras para todo el personal, teléfonos, fax, Internet, etc.

- **Como es su relación con sus superiores**

Muy buena, en nuestro caso dependemos directamente de la presidencia y hasta el momento hemos trabajado en equipo para que nuestro trabajo sea muy positivo ante los públicos. A nivel interno con las demás gerencias, de igual manera, se tiene una comunicación muy fluida.

- **Que tipo de información se produce en la departamento de prensa**

Documentos impresos: Boletines, revistas y memorias.

Boletines Informativos y de Prensa y convocatorias.

Boletines en Red: Vía Internet.

Mantenimiento de la Pagina Web.

- **Con que periodicidad se produce esa información**

Los boletines y revistas se producen mensuales, las cuales son alternadas o cuando merece mayor o menor cantidad de espacio.

Los boletines Informativos - Prensa y convocatorias son diariamente.

Los boletines en red: Cuando surge información importante propia de la institución. Se diseñan entre 2 y 4 a la semana.

El mantenimiento de la Pagina Web del INDES es actualizada día a día.

- **Que mecanismos utilizan para informar a sus públicos tanto internos como externos**

Elaboración de boletines, conferencias de prensa, invitaciones o convocatorias vía fax y correo electrónico.

- **Con que facilidad se obtiene la información que se produce en el departamento de prensa**

Con mucha rapidez, ya que nuestras fuentes de información proviene directamente de la Gerencia Técnica y de Presidencia.

- **A detectado alguna dificultad para realizar su trabajo**

Sí, en algunas ocasiones la red interna tiene algunas fallas en cuanto al acceso a Internet, es ahí que nos vemos obligados a depender de otras áreas o gerencias, e incluso a solicitar ayuda a algunas federaciones ubicadas en el Palacio de los Deportes.

Anexo #3

ENTREVISTA CON COLABORADORA DE PRENSA

LICDA. URI ROMERO

- **Cuales son los objetivos de la institución**

Básicamente los objetivos del INDES, es dictar las políticas deportivas nacionales de acuerdo a lo establecido a la ley general de los deportes, que fue aprobada y actualizada ya que desde 1980 contábamos nosotros con una ley que y que fue recién hace dos años modernizada y actualizada

- **Cuales son los objetivos de el departamento de prensa**

En específico los objetivos del departamento de prensa son el de difundir la información a través de diferentes medios como boletines conferencias de prensa, y relación con los periodistas de los medios de comunicación; también una de nuestras funciones es facilitar la información a los diferentes medios de comunicaron y a sus periodistas con el fin de difundir la mayor cantidad de datos, facilitar estadísticas, recursos en el caso de fotografías y toda información que le pueda ayudar a los medios de comunicación para difundir esta información y facilitarles también el acceso por ejemplo a tener contacto con los atletas ya

sea en el caso juveniles, codicader y los de alto rendimiento nosotros les hacemos los enlaces periodistas-atleta

- **Que tipo de información se produce en la departamento de prensa**

Producimos Boletines Impresos se producen revistas, boletines en línea que se mandan por correo electrónico se elaboran fotografías, videos se produce audio en el caso algunas radios a veces nos solicitan el audio de algunas conferencias, montamos conferencias de prensa, eventos sociales deportivos y mantenemos buenas relaciones con los periodistas.

- **Se cuenta con el personal suficiente**

Yo diría que No, porque el deporte en algunos casos se necesita todo un equipo de trabajo que permita cubrir las diferentes necesidades por ejemplo muchas veces se ha tenido que cubrir juegos centroamericanos, centroamericanos- caribe, panamericanos y no se ha contado con el suficiente personal para poder cubrir como se deberían cubrir considerando una institución tan grande como lo es el INDES y considerando también que se podrá a través de los recursos que tiene la institución enviar personal a cubrir estos eventos internacionales mas bien , cuando se han dado algunos casos por ejemplo tener que cubrir eventos internacionales en el país también se ha vista la necesidad de contar con personal y solo contamos con un camarógrafo , un fotógrafo dos reporteros y a veces hay competencia que se dan simultáneamente y no tenemos la capacidad de cubrirlo y por ello diría que el personal no es suficiente para cubrirlo

- **Reciben los empleados de la unidad de prensa alguna capacitación**

No, no la recibimos lamentablemente básicamente las capacitaciones tienen que ser buscadas por el propio personal para su propio desarrollo, han ido bueno yo tengo 10 años de estar acá y desde ahí quizá ha habido 1 ó 2 durante todo ese tiempo y eso ha limitado el desarrollo de todo el personal de prensa que no permite que de alguna manera que nos actualicemos a través de la institución en otras palabras el que ha querido capacitarse lo ha buscado por sus propios medios

- **Que imagen tiene de el departamento de prensa de INDES**

Es una Imagen muy buena, por que somos un grupo que nos hemos sabido acoplar frente a las diferentes circunstancias y de acuerdo a las necesidades que en dado momento la presentencia presiden en este caso es e presidente nuestro referente mas directo y hemos tenido relación para el trabajo, y hemos sabido acoplarnos a nuestras necesidades, limitantes y también como grupo hemos seguido adelante y sacado el trabajo de acuerdo a nuestra disponibilidad y dadas a nuestras herramientas, se ha querido hacer mas, pero las mismas limitantes no lo han propiciado; creo que para mi la imagen del departamento es muy buena, mantenemos buenas relaciones con los periodistas as u ves con los medios de comunicación y esto nos permite hacer un buen trabajo.

- **Como evalúa el trabajo que realiza el departamento de prensa de INDES**

Arduo, considerando las limitantes que ya había mencionado antes; a pesar que no tenemos las herramientas tan modernas y actualizadas pues sacamos material impreso, de video que se tiene que pedir favores a fuera para poder hacer videos que ya se ha demostrado acá que sin ese recurso se han dado se han sacado materiales específicos por ejemplo Jorge Jiménez se saco un video que habla sobre sus triunfos como también un disco la presea a la excelencia deportiva y recientemente se sacaron 3 videos que hablan sobre los logro que se han obtenido durante esta gestiona del licenciado Isussi que lleva implícito el trabajo de área de prensa, tomando en cuenta que con solo una cámara se ha podido captar lo mas relevante y ha quedado impreso y como una fuente de consulta esos videos realizados y que un canal pudo producirlos con base al nuestro material

- **Como es su relación con sus superiores**

Muy Buena y limitada, considerando que la relación a sido muy profesional y de acuerdo a las necesidades que los superiores han demandado en su momento, no he tenido dificultades

drásticas que se pueda decir que hay malas relaciones sino que limitadas por las mismas actividades en el caso del presidente de la institución y el gerente que son las autoridades superiores y no constantemente se han podido reunir con nosotros pero hemos captado lo que ellos han que ido que se haga durante este tiempo hemos tratado de cubrir las necesidades que han demandado.

- **Que mecanismos utilizan para informar a sus públicos tanto internos como externos**

Correo electrónico que es el más básico en este momento, la pagina Web, que la alimentamos diariamente en la medida que se produce la información y el fax que también nos sirve para difundir la información y la información que se proporciona directamente a los periodistas los cuales en una buena medida nos visitan diariamente

- **Con que periodicidad se produce esta información**

Básicamente a Diaria, porque a veces hemos llegado a producir entre 4 a 5 boletines diarios redactados acá que se refieren a logros deportivos de atletas que están fuera del país logros de la institución y otros logros y la información de las federaciones que lo solicitan, se canaliza la información emanada por las federaciones deportivas nacionales y también por la información que genera la Gerencia Técnica que es nuestro principal proveedor de datos para poderlo trasladar a los medios de comunicación

- **Con que facilidad se obtiene la información que se produce en el departamento de prensa teniendo en cuenta que no se tiene acceso a Internet**

Los que no tienen acceso a Internet nos hablan por teléfono o si no nosotros le hablamos personalmente por teléfono y les anunciamos que habrá tal evento cuando ellos lo necesitan o consultando la página Web o abocándose a las oficinas y nosotros gustosamente los atendemos y les proporcionamos lo que necesitan.

- **A detectado alguna dificultad para realizar su trabajo**

Hay varias como decía antes no cuenta con medios actualizados no nos permite quizá hacer el trabajo como se quiere o hacerlo de inmediato, por ejemplo en estos últimos años se han tenido una serie de dificultades con el correo electrónico ya que muchas veces no hemos contado con el por que a nivel técnico se ha arruinado y en ocasiones eso ha impedido difundir la información con la rapidez que nosotros quisiéramos, tenemos fax obsoletos varias veces se han arruinado lo que no nos permite llevar la información a aquellos medios que no tienen acceso a correo electrónico. Además las computadoras a veces han sido infectadas de virus y se ha perdido información por esa causa lo que nos ha impedido hacer un mejor trabajo cada día.

Anexo #4

ENTREVISTA CON EL ENCARGADO DE AUDIOVISUALES

LUÍS HERNÁNDEZ MORATAYA

- **Cuales son los objetivos de la institución** son promover el deporte a todos los niveles ya sea deporte comunal recreativo, alto rendimiento que seria parte de la pirámide del deporte nacional primero con las bases par poder llegar al alto rendimiento que es la competencia ya olímpica, a nivel centroamericano y panamericana que son las fases para llevar al deporté nacional a los juegos olímpicos que son los clasificatorios
- **Cuales son los objetivos de el departamento de prensa** es prácticamente dar a divulgar las actividades y la presencia de la institución nivel nacional ya sean todos los medios de información de divulgación ya sea prensa escrita televisiva o por medio de la pagina Web hoy que se tiene que son la forma de cómo se esta trabajando en base a lo expuesto anterior con lo que es la misiono y visión de INDES que es promover el deporte a nivel nacional

- **Se cuenta con el personal suficiente** es ese aspecto creo que las personas que estamos en el departamento estamos capacitadas para poder ejercer la función si lo que se necesita es básicamente las herramientas que son las necesarias para poder funcionar bien y los medios que te de la institución para salir adelante con la función encomendada
- **Reciben los empleados de la unidad de prensa alguna capacitación** hasta el momento no que sea directamente a las función que nosotros como departamento no se dan, se dan a nivel general para todos lo empleados pero directamente para la área que nosotros estamos no hay capacitación específica no la hay
- **Que imagen tiene de el departamento de prensa de Indes** buen el departamento de Prensa es básicamente una parte del departamento de comunicaciones y protocolo que se dividió en la administración actual pero en si del departamento de prensa somos parte de un funcionamiento o división de comunicaciones que funcionaba ante y en base a eso es que ha habido un poco no de dificultades si no mas que todo comunicación en el grupo es decir de los departamentos
- **Como evalúa el trabajo que realiza el departamento de prensa de Indes** bueno la función específica se ha estado desarrollando normalmente, prácticamente estamos lavándole la imagen o la cara como se dice a l a institución y creo que en ese aspecto se han cumplido los objetivos
- **Cual es la función que desempeña dentro del departamento de prensa de Indes** la función específica en día de hoy es solo camarógrafo a parte de que también tengo la función de tomar fotos cuando es de emergencia
- **Que tipo de información se produce en la departamento de prensa** prácticamente solo la información deportiva de todas las federaciones que están afiliadas al Instituto Nacional

de los Deportes que en este caso son 38 aproximadamente y dos asociaciones que también se les da apoyo

- **Con que periodicidad se produce esa información** bueno es decir en base a las actividades que se tienen de las federaciones así como las federaciones programan sus actividades a si nos involucramos nosotros con las actividades de ellos para brindarles apoyo logístico ya sea con comunicados de prensa, armarles las conferencias de prensa a ellos y divulgarlas también, verdad,
- **Que mecanismos utilizan para informar a sus públicos tanto internos como externos** bueno aquí nosotros internamente prácticamente solo la gente que maneja el Internet esta en red con la información que se produce en el INDESA, no hay un medio de comunicación en general para todo el empleado, pero ya en base a la divulgación en lo que respecta a lo que yo hago estamos dando el apoyo a los medios televisivos que no acuden a las conferencias se le proporciona el material ellos buscan las imágenes y parte del texto o audio que les sirven para poder meterlo en su espacio noticioso
- **Con que facilidad se obtiene la información que se produce en el departamento de prensa** la información se distribuye a todos los medios de información ahí esta ya en ellos si lo ocupan o no lo ocupan, por ejemplo cuando hay conferencia prácticamente vienen unas radios no todas pero las que tienen los programas deportivos y que llevan en sus espacios deporte a nivel general son las que mas promueven las actividades de Indes y de las federaciones.

- **A detectado alguna dificultad para realizar su trabajo** En las herramientas de trabajo es lo que se necesita para facilitarnos y poder llegar a los eventos con anticipación y poder cubrirles y colaborarles en lo que ellos necesiten esa es la deficiencia mas que todo en el acceso a llegar a los eventos ya digamos por ejemplo

Si tenemos un evento de una vuelta ciclística ya nosotros solo prácticamente solo vamos a la inauguración y no cubrimos parte de evento que seria la parte que a nosotros nos correspondería, no solo el protocolo sino parte de la actividad también

ENTREVISTA CON EL ENCARGADO DEL ÁREA DE DISEÑO LUÍS IGNACIO HERNÁNDEZ

- **Cuales son los objetivos de la institución** brindar el apoyo a las diferentes federaciones tanto económico como logístico, sirviendo como facilitador entre las federaciones y el gobierno en turno
- **Cuales son los objetivos de el departamento de prensa** Dar a conocer o facilitar la información necesaria que el Indes realiza a nivel institucional y brindar y brindar el apoyo necesario a las distintas federaciones cuando estas lo soliciten.
- **Se cuenta con el personal suficiente** Si, se cuenta con el suficiente personal pero se podrían mejorar las funciones del personal de prensa si se tuviese un plan estratégico de cómo desarrollar el mismo.
- **Reciben los empleados de la unidad de prensa alguna capacitación** No, por que no se cuenta con el apoyo de la institución para realizar capacitaciones que en realidad sirvan para un mejor desarrollo de las mismas funciones
- **Que imagen tiene de el departamento de prensa de Indes** Es buena ya que nos manejamos como departamento de forma independiente de los demás departamentos de la institución.
- **Como evalúa el trabajo que realiza el departamento de prensa de Indes** Podría mejorar si se tuvieran las herramientas y se faciliten los recursos que cada personal del departamento requiera
- **Cual es la función que desempeña dentro del departamento de prensa de Indes** la función es el diseño de la Revista Institucional, además dar el apoyo a las federaciones siempre en lo relacionado con el diseño grafico de logos, uniformes banners entre otros

cuando las federaciones piden el apoyo de mi persona, siempre teniendo en cuenta la delación con la proyección deportiva

- **Que tipo de información se produce en el departamento de prensa** Dar a conocer la ayuda que se le brinda a los atletas, la proyección que tiene el Indes a nivel nacional como internacional por medio de convenios de instituciones gubernamentales empresa privada y extranjeras.
- **Con que periodicidad se produce esa información** Se produce de acuerdo a las actividades que la institución realice, en los diferentes eventos que las federaciones arman y esta puede ser mensual de acuerdo a las mismas actividades que se lleven a cabo.
- **Que mecanismos utilizan para informar a sus públicos tanto internos como externos** a través de boletines en red y la revista institucional esto en lo relacionado con el público interno y en lo relacionado con el externo se logra a través de convocatorias de prensa, boletines informativos de prensa y la revista institucional.

- **Con que facilidad se obtiene la información que se produce en el departamento de prensa** por medio del teléfono, Internet, video, fotografías, envío de fax informativos si en realidad se tiene la facilidad a acceder a esa información se puede hacer a través de lo anterior.
- **A detectado alguna dificultad para realizar su trabajo**
Si no se tienen las herramientas actualizadas y necesarias para desarrollar más rápido y con mayor eficiencia las funciones individuales.

EJEMPLO DE BOLETIN anexo # 7



INDES
Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador. Mayo 2007

Tres grandes eventos

CCCAN
Confederación Centroamericana y del Caribe de Natación

NACAC
Norteamericano, Centroamericano y del Caribe

El Salvador

Palacio de los deportes Carlos "El Famoso" Hernández, Centro de Gobierno, San Salvador / www.indes.gob.sv

Supervisan organización para el CCCAN



Mendoza calificó esta visita como positiva, y dijo "estoy satisfecho e impresionado del apoyo que tiene el Comité Organizador de este evento, así como del mantenimiento que le han dado a las instalaciones de natación, las cuales fueron un legado de los Juegos de 2002".

El presidente de la UANA hizo algunas recomendaciones, para poder atender a las cerca de mil quinientas personas, de unos 27 países, que asistirán al evento, entre atletas, delegados y entrenadores.

Orban Mendoza dijo sentirse complacido con lo que hasta el momento ha encontrado en El Salvador, por lo que no duda de que el CCCAN será todo un éxito en su organización.

Por su parte el presidente de la Federación Salvadoreña de Deportes Acuáticos, Tomás Rengillo, expresó su confianza, que con el apoyo del INDES, este campeonato saldrá adelante, así como lo han sido eventos anteriores, donde nuestro país ha demostrado su empeño para que las cosas salgan de la mejor manera.

El CCCAN es el evento más importante para la natación en el continente, el cual nació en 1960, en San Juan, Puerto Rico, al realizarse allí la primera edición, con la participación de 350 personas.

Este evento vuelve a El Salvador, luego de 39 años que lo organizara por primera vez en 1968. Este privilegio no lo tienen todos los países, según Rengillo, por ello los salvadoreños debemos sentirnos orgullosos de que la Confederación haya confiado en nuestra capacidad organizativa, apuntó.

Otro evento de gran relevancia

El Salvador será la sede del Primer Campeonato Continental Mayor de Atletismo 2007, el cual se desarrollará del 13 al 15 de julio de 2007.

En dicho evento se reunirán atletas del más alto nivel competitivo de 32 países de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe.

Cabe destacar que esta organización será el punto de inicio para que la región NACAC organice de aquí en adelante, todos los años, un evento de esta categoría al cual que lo realicen las mejores regiones del mundo.

Entre los objetivos principales del evento se tienen:

- Mantener la capacidad organizativa y de convocatoria de El Salvador al realizar eventos de alto nivel internacional.
- Buscar la clasificación de los atletas al Mundial de Atletismo "Osaka - Japón 2007".
- Elevar el nivel competitivo de los atletas seleccionados participantes.
- Promover el atletismo en El Salvador, incrementando la práctica de las disciplinas involucradas.

NACAC
Norteamericano, Centroamericano y del Caribe

1º Campeonato Mayor de Atletismo



El deporte más cerca de ti



Mensaje del Presidente de la Federación Internacional de Luchas Asociadas (FILA)

La ciudad de San Salvador, organizadora del Campeonato Panamericano Mayor de Lucha 2007, en los estilos Libre, Grieco Romano y Femenino, es especialmente importante para los luchadores de este continente en esta edición.

Además de la habitual tarea de un campeonato, que consiste en coronar a los campeones continentales de cada estilo, esta competencia también servirá para clasificar a los Juegos Panamericanos en Río de Janeiro, en julio de 2007.

Cuando se conoce el valor del título continental y la dificultad que supone el formar parte de los 144 hombres y mujeres luchadores que clasificarán para los Juegos, podemos estar seguros de que la competencia será reñida.

El comité organizador implementado por la Federación de Lucha de El Salvador ha hecho todo lo posible para que los participantes siempre recuerden este evento.

Expreso mi deseo de que esta organización contribuirá a desarrollar nuestro deporte en la región, para así obtener el lugar que merece como herramienta educativa para toda la juventud panamericana.

Raphael Martinetti
Presidente FILA

Mensaje del Presidente del Comité Organizador del Campeonato Panamericano Mayor de Luchas



Para El Salvador es un gran honor albergar a las delegaciones de 22 países que participarán del XXII Campeonato Panamericano Mayor de Lucha y que tiene como principal atracción la disputa de 144 plazas para los próximos Juegos Deportivos Panamericanos, a celebrarse en Río de Janeiro, Brasil.

Nuestro país se siente orgulloso de que nuevamente haya sido tomado en cuenta por la Federación Internacional de Luchas Asociadas (FILA), para organizar el campeonato panamericano por primera vez, compromiso que hemos asumido con mucha responsabilidad para que este importante evento continental tenga el éxito esperado.

Tomamos ocho meses de constante trabajo con el Comité Organizador, integrado en su mayoría, por personas que labora en el Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador (INDES), con ello se ha querido garantizar que el montaje del evento cuente con el equipo idóneo y con la experiencia necesaria para el éxito del evento.

También hemos garantizado contar con un equipo de voluntarios en los diferentes áreas, quienes estarán disponibles para apoyar al Comité Organizador y a nuestros visitantes en el tiempo que dure el campeonato.

Como presidente del Comité Organizador les aseguro a nuestros visitantes una cordial y cálida bienvenida, ya que El Salvador y su gente nos dedicamos por ser unos excelentes anfitriones, lo cual podrán comprobar cuando lleguen al país.

Jorge Hernández Jusú
Presidente Comité Organizador

Área Médica de primer nivel



El doctor Bernard Pedraza, de Estados Unidos, ha sido asignado por la FILA como el médico oficial del XXII Campeonato Panamericano Mayor de Lucha.

El realizará sus funciones en coordinación con el doctor Juan Carlos Vargas, de la Comisión Médica del Comité Organizador, quien a su vez contará con un staff de médicos y paramédicos del Ministerio de Salud, del Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador, del Ministerio de Gobernación y de la Universidad de El Salvador (UES).

Entre las actividades que llevarán a cabo están atención médica, fisioterapia, control antidoping y otro tipo de asistencia a los atletas, entrenadores y delegados, que participarán en el evento.

Además, esta Área tendrá el apoyo complementario del Sistema de Emergencia Nacional, que la compañía Protección Civil, quienes serán los encargados de trasladar a cualquier persona, debidamente atendida, al Hospital sede del evento.



Durante el evento se tomarán 25 muestras de orina, que serán enviadas al laboratorio de Control Antidoping del Consejo Superior de Deportes de España, este gracias al convenio de cooperación que existe entre el INDES y dicho organismo.

Por otra parte, durante el desarrollo del evento se tendrá el apoyo de agentes de la Policía Nacional Civil, quienes brindarán seguridad a todas las personas que lleguen a presenciar las competencias.

XXII Campeonato Panamericano de Lucha



Por un boleto a Río

Equipo Masculino



Alexander Dubón
Categoría: 55 kilos
Estilo: Libre



Luis Isales Portillo
Categoría: 60 kilos
Estilo: Libre



José Saúl López
Categoría: 66 kilos
Estilo: Libre



William Serrano
Categoría: 96 kilos
Estilo: Libre

La selección nacional de Luchas tendrá la oportunidad de medirse con atletas de altos niveles, durante el XXII Campeonato Panamericano Mayor, que se llevará a cabo en El Salvador, del 18 al 23 de mayo.

Al evento se espera la participación aproximada de 365 personas, entre atletas, delegados, árbitros, médicos y personalidades de 22 países del continente, lo que es considerado como un gran éxito deportivo.

Los países que han confirmado su participación en el Panamericano son: Estados Unidos, Canadá, México, Cuba, Venezuela, Brasil, Colombia, Perú, Argentina, Bolivia, Chile, Uruguay, Ecuador, República Dominicana, Puerto Rico, Haití, Bahamas, Honduras, Guatemala, Nicaragua, Panamá y El Salvador.

Las competencias, que iniciarán el 18 de mayo, en el pabellón de los deportes "Carlos Hernández", comprenderán los estilos Griego Romano masculino, Libre masculino y Libre femenino.

Los miembros de la selección salvadoreña de lucha esperan obtener el apoyo incondicional del público, lo que será una motivación especial para poder obtener una plaza, para competir en los XV Juegos Panamericanos de Río de Janeiro 2007.

Los luchadores nacionales se han preparado en diferentes eventos internacionales y bases de entrenamiento, por lo que existe confianza de poder lograr resultados satisfactorios y el ansiado boleto a Río.



Juan Antonio Rodríguez
Categoría: 60 kilos
Estilo: Grieco Romano



Meybi Ramírez
Categoría: 51 kilos
Estilo: Libre



Ingrid Medrano
Categoría: 48 kilos
Estilo: Libre



Lilí Canales
Categoría: 55 kilos
Estilo: Libre



Verónica Lazo
Categoría: 63 kilos
Estilo: Libre



Wendy Carrillo
Categoría: 72 kilos
Estilo: Libre

¿Cómo se obtendrán las plazas para Río?

El XXII Campeonato Panamericano Mayor de Lucha, que se disputará en El Salvador, repartirá un total de 144 plazas directas, para poder competir posteriormente en los XV Juegos Panamericanos de Río 2007.

Las plazas serán obtenidas por los luchadores, tanto en la rama masculina como en la femenina, que se ubiquen entre el primero y octavo lugar, de su respectiva categoría.

Es así, que en el estilo Grieco Romano y Libre masculino se disputarán plazas en siete categorías y en Libre femenino en cuatro de ellas, lo que hará que todos los competidores den su mayor esfuerzo para conseguir una de ellas.