

Escuela Superior de Imagen Pública

La identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la Institución, en los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios del Petén.

Juan Francisco Roldán
Carné 11006781

Guatemala, agosto de 2016



UNIVERSIDAD GALILEO
Escuela Superior de Imagen Pública
Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos-LMCI-

TRABAJO DE TESIS:

La identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la Institución, en los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén.

PRESENTADO POR:

Juan Francisco Roldán

PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE:

Licenciado en Medios de Comunicación e Informativos

ASESOR:

Doctor Anibal Dionisio Chajón Flores

Guatemala, agosto de 2016

Guatemala, 15 de marzo 2016

Licenciada
Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública
Universidad Galileo
Guatemala

Estimada Licenciada Mansilla:

De la manera más atenta me dirijo a usted, mi nombre es Juan Francisco Roldán estudiante de la Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos, actualmente ya tengo pensum cerrado por lo que solicito aprobación de mi punto de tesis titulada "La identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la Institución, en los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén" Así mismo solicito la aprobación de asesor Doctor Anibal Dionisio Chajón Flores quien me apoyara en la consolidación del documento.

De antemano agradezco su amable atención a esta solicitud.

Cordialmente,



Juan Francisco Roldán
Carné 11006781
Carrera LMCI2



Guatemala, 18 de marzo de 2016

Señor
Juan Francisco Roldán
Presente.

Estimado Señor Roldán:

Tengo mucho gusto en informarle que ha sido autorizado su punto de Tesis, previo a optar el grado académico de Licenciado en Medios de Comunicación e Informativos, cuyo título es "La identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la Institución, en los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén"

Al mismo tiempo le informo que ha sido aprobada la designación del Doctor Anibal Dionisio Chajón Flores como asesor de su trabajo de tesis.

Atentamente,

Licda. Karen Mansilla
Directora

Escuela Superior de Imagen Pública

Guatemala, 02 de mayo 2016

Licenciada
Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública

Estimada Licenciada Mansilla:

Por este medio, tengo el agrado de comunicarle que he revisado el trabajo de tesis *“La identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la Institución, en los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén”*, presentado por el alumno Juan Francisco Roldán el cual ha cumplido con los requisitos y el protocolo establecido por la Universidad Galileo y la Escuela Superior de Imagen Pública.

Por lo que en mi calidad de asesor, someto a usted el siguiente proyecto para su aprobación.

Cordialmente,



Doctor
Anibal Dionisio Chajón Flores
Colegiado 6753

Guatemala, 05 de agosto de 2016

Licenciada
Karen Mansilla Guzmán
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública

Estimada Licenciada Mansilla:

Por este medio me permito comunicarle que leí la tesis titulada "La identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la Institución, en los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén" presentada por el alumno Juan Francisco Roldán, asesorado por el Doctor Anibal Dionisio Chajón Flores.

Después de revisarla detenidamente y hecho las recomendaciones pertinentes, me es grato comunicarle, en mi calidad de revisora de redacción, estilo y ortografía, que dicha tesis llena los requisitos que exige la Universidad.

Atentamente,


Doctora
Lilly Del Socorro Soto Vásquez
Colegiado 17963



Guatemala, 08 de agosto de 2016

Señor
Juan Francisco Roldán
Presente

Estimado Señor Roldán:

Tengo mucho gusto en informarle que, después de haber revisado su trabajo de tesis titulado "La identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la Institución, en los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén" y de haber obtenido el dictamen de su asesor en específico, el Doctor Anibal Dionisio Chajón Flores, autorizo la publicación del mismo.

Aprovecho la oportunidad para felicitarlo por el magnífico trabajo realizado, el cual es de indiscutible beneficio para el desarrollo de los Medios de Comunicación.

Atentamente,

Licda. Karen Mansilla
Directora

Escuela Superior de Imagen Pública

Resumen

La presente tesis *La identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la institución, en los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén*, tiene como objetivos: (a) Verificar si afecta en la motivación de los colaboradores, la percepción de asociación con partidos políticos; (b) Analizar la identidad y el sentimiento de pertenencia de los colaboradores con la institución; (c) Descubrir el grado de motivación de los colaboradores; (d) Verificar el clima laboral; (e) Encontrar si afecta a los trabajadores la percepción de la población en asociar al trabajador público con la política; (f) Apoyar a encontrar mejoras para la prestación de los servicios. Las conclusiones son: (a) La percepción de los beneficiarios en asociar a los colaboradores con el partido político de gobierno, no afecta la motivación; (b) Los colaboradores tienen identidad y sentido de pertenencia fuerte hacia la institución; (c) Los colaboradores están motivados, ya que piensan que apoyan a mejorar la calidad de vida de los beneficiarios; (d) El clima laboral es positivo; (e) La percepción de asociación política-trabajadores públicos, no afecta a los colaboradores; (f) Solicitud de más capacitaciones, insumos y uniformes para mejorar servicios.

Palabras claves: identidad, asociación, partido político, motivación, sentido de pertenencia, percepción social, comunicación.

Índice General

| | |
|---|----|
| Resumen..... | 2 |
| Índice general..... | 3 |
| Índice de tablas y figuras..... | 6 |
| Introducción..... | 7 |
| Selección y delimitación del tema..... | 11 |
| Delimitación espacial..... | 12 |
| Delimitación teórica..... | 12 |
| Delimitación temporal..... | 12 |
| Justificación..... | 12 |
| Antecedentes..... | 15 |
| Marco Teórico..... | 22 |
| Teoría..... | 22 |
| Definición..... | 22 |
| Conceptos y categorías..... | 22 |
| Exponentes..... | 23 |
| Peter Berger y Thomas Luckmann..... | 23 |
| Luis A. Vázquez Pasos..... | 24 |
| Hassan Rachik..... | 24 |
| Andrés De Francisco y Fernando Aguiar..... | 25 |
| Marshall McLuhan..... | 25 |
| Aplicaciones..... | 25 |
| Aportes..... | 26 |
| Identidad..... | 28 |
| La Construcción Social de Identidad..... | 28 |
| Creación y transformación de Identidad..... | 42 |
| Identidad Colectiva..... | 48 |
| Identidad Blanda e Identidad Dura..... | 49 |
| Identidad Imperativa e Identidad Selectiva..... | 50 |
| Identidad Social..... | 51 |
| Formación de Identidad en Guatemala..... | 53 |

| | |
|---|-----|
| Creación de Percepción Pública..... | 63 |
| Teorías de la Comunicación de Masas..... | 63 |
| Caso Watergate. | 68 |
| Cortina de Humo..... | 70 |
| El Ciudadano Kane..... | 72 |
| Operación Drake - 1958 Gobierno de Idígoras Fuentes..... | 73 |
| Identidad y Deporte..... | 77 |
| Identidad Nacional y el Deporte..... | 77 |
| El impacto del deporte y la recreación..... | 80 |
| Impacto de deporte en identidad, carácter..... | 82 |
| Deporte para Todos. | 83 |
| Perspectivas Psicológicas..... | 85 |
| Organizaciones de Empresa y Personal..... | 87 |
| El comportamiento humano..... | 88 |
| Organización del Viceministerio de Deporte y la Recreación..... | 89 |
| Planteamiento del problema..... | 90 |
| Pregunta de investigación..... | 92 |
| Objetivos..... | 92 |
| General..... | 92 |
| Específicos..... | 92 |
| Hipótesis..... | 93 |
| Tipo de hipótesis..... | 94 |
| Definición conceptual de las variables..... | 94 |
| Definición operacional de las variables..... | 96 |
| Metodología..... | 98 |
| Enfoque. | 98 |
| Diseño..... | 98 |
| Población y muestra..... | 110 |
| Técnicas..... | 111 |
| Análisis y discusión de resultados..... | 112 |
| Análisis de resultados..... | 112 |

| | |
|------------------------------|-----|
| Discusión de resultados..... | 133 |
| Conclusiones..... | 147 |
| Referencias..... | 157 |
| Apéndices..... | 160 |
| Apéndice A | 161 |
| Apéndice B. | 163 |
| Apéndice C | 164 |
| Apéndice D | 165 |
| Apéndice E | 166 |
| Apéndice F | 167 |
| Apéndice G | 168 |
| Apéndice H | 169 |
| Apéndice I | 170 |
| Apéndice J | 171 |
| Apéndice K | 172 |
| Apéndice L | 173 |
| Apéndice M | 174 |
| Apéndice N | 175 |
| Apéndice O | 176 |

Índice de tablas y figuras

Apéndices

- Apéndice A. Cuadro No. 1, Matriz de Variables,
- Apéndice B. Cuadro No. 2, Tabla de Preinstrumentos
- Apéndice C. Boleta de Encuesta
- Apéndice D. Guía de Entrevista
- Apéndice E. Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 3 y gráfica No. 1
- Apéndice F. Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 4 y gráfica No. 2
- Apéndice G. Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 5 y gráfica No. 3
- Apéndice H. Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 6 y gráfica No. 4
- Apéndice I. Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 7 y gráfica No. 5
- Apéndice J. Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 8 y gráfica No. 6
- Apéndice K. Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 9 y gráfica No. 7
- Apéndice L. Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 10 y gráfica No. 8
- Apéndice M. Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 11 y gráfica No. 9
- Apéndice N. Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 12 y gráfica No. 10
- Apéndice O. Fotos del autor laborando en el Viceministerio del Deporte y la Recreación.

Introducción

La presente tesis *La identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la institución, en los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén*, tiene como objetivos: (a) Verificar si afecta en la motivación de los colaboradores, la percepción de asociación con partidos políticos; (b) Analizar la identidad y el sentimiento de pertenencia de los colaboradores con la institución; (c) Descubrir el grado de motivación de los colaboradores; (d) Verificar el clima laboral; (e) Encontrar si afecta a los trabajadores la percepción de la población en asociar al trabajador público con la política; (f) Apoyar a encontrar mejoras para la prestación de los servicios.

A través de la pregunta de investigación ¿Cómo se afecta la identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la institución, en los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén? Se pretende aportar información para mostrar las principales causas que alteran la identidad de los colaboradores estatales con la organización y cómo puede afectar en el sentido de pertenencia y motivación de las responsabilidades con la organización del Estado, la percepción de la ciudadanía de asociar al trabajador gubernamental con el partido de gobierno y la influencia de obtener el trabajo por medio de apoyo en las propagandas electorales y como los medios de comunicación presentan temas a las masas y ellas elaboran una percepción y estereotipo en general hacía los trabajadores en la administración pública, debido a las noticias de corrupción en muchas de las dependencias gubernamentales. También servirá para futuras investigaciones relacionadas al tema que se describe en la investigación, al no encontrar con exactitud otro tipo de trabajos similares.

El enfoque es mixto y básico al contar con un marco teórico, junto a una combinación de enfoque cualitativo debido a los conceptos que los autores presentan sobre los temas relacionados a la investigación, así como a las respuestas obtenidas en las diferentes encuestas y entrevistas realizadas a los

colaboradores de las regiones descritas, que laboran dentro del Viceministerio del Deporte y la Recreación. El diseño es documental, al presentar documentos que respaldan el tema; descriptivo, ya que se describe el fenómeno de investigación de manera ordenada, de las respuestas obtenidas por los colaboradores de la institución; exploratorio, al destacar temas principales del objetivo de la investigación. Las fuentes son primarias, ya que la información es directamente de quiénes laboran y usan los servicios públicos que tiene como responsabilidad realizar dicho Viceministerio; secundarias, los libros, artículos web; y terciarias los diccionarios. La técnica que se utilizó fue un cuestionario de 10 preguntas con opciones de respuestas para cada una y entrevistas con 10 preguntas abiertas.

Las conclusiones son: (a) La percepción de los beneficiarios en asociar a los colaboradores con el partido político de gobierno, no afecta la motivación; (b) Los colaboradores tienen identidad y sentido de pertenencia fuerte hacia la institución; (c) Los colaboradores están motivados, ya que piensan que apoyan a mejorar la calidad de vida de los beneficiarios; (d) El clima laboral es positivo; (e) La percepción de asociación política-trabajadores públicos, no afecta a los colaboradores; (f) Solicitud de más capacitaciones, insumos y uniformes para mejorar servicios.

La importancia social es aportar conocimientos de las experiencias obtenidas con el tema de investigación y apoyar un mejor entendimiento de la identidad que poseen los colaboradores de la administración pública a la institución que representan, lo que les afecta en la motivación y ambiente laboral, así como los periodistas y futuros licenciados en medios de comunicación e información de la Universidad Galileo, encuentren un ejemplo del poder de los medios de comunicación, en la creación de percepciones y opinión pública en los ciudadanos receptores de los mensajes que difunden y las respuestas a los estímulos que recibe la ciudadanía guatemalteca.

La investigación surge basada en la experiencia personal del autor al trabajar en el Viceministerio del Deporte y la Recreación, así como distintos diálogos que se desarrollaron durante su participación en las diferentes

cátedras de la Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos de la Universidad Galileo, en donde los catedráticos y alumnos intercambiaban distintas opiniones sobre el efecto de los medios de comunicación de masas sobre la población guatemalteca y la influencia de estos factores en la creación de opinión pública y la percepción que con regularidad ocasionaban las noticias políticas sobre estigmatizar la labor que realizan los distintos colaboradores de las instituciones gubernamentales de Guatemala. Que, con frecuencia, dependiendo el momento histórico y coyuntural, así sería la reacción de la ciudadanía para aquellos que laboraban en el gobierno de turno. El autor tuvo la oportunidad de pasar por diferentes vivencias dentro del organismo, en el cuál muchos de los beneficiarios de los servicios que prestaba el Viceministerio del Deporte y la Recreación, comentaban y cuestionaban el conocimiento y profesionalismos de quienes laboran dentro de un órgano del Estado.

Para muchas personas, la mayoría que trabajan en la administración pública es porque pertenecen a un partido político, específicamente al que tiene el poder en la actualidad, y al mismo tiempo, se piensa por la general que los colaboradores trabajaron y apoyaron durante la campaña electoral y que muchas plazas son pago de favores. Esta percepción de la mayoría de población y beneficiarios de programas, genera un interés de estudio para saber cómo afecta este asunto al desempeño y a la identidad hacia la institución de las personas que laboran en el Viceministerio del Deporte y la Recreación, específicamente los instructores, promotores deportivos y voluntarios, quienes realizan el trabajo de promoción de la práctica de la cultura física por medio de facilitar actividades deportivas recreativas a nivel nacional, todo de manera gratuita en las diferentes comunidades donde se realizan. Y como la naturaleza de los valores que se encuentran integrados en el desarrollo de actividades deportivas, fortalecen el compromiso, así como la identidad de quienes lo practican y lo replican a más personas, y como este sentimiento es afectado por los comentarios y percepciones de diferentes personas sobre los colaboradores gubernamentales.

Se busca que el estudio se encuentre dentro de un discurso académico para entender como la identidad de los trabajadores está influida por la percepción de la población en general, debido a la creación de opinión pública que los medios de comunicación masivos y las nuevas tecnologías de la comunicación, con la facilidad del uso de redes sociales, promueven con la información que presentan a diario, y como las noticias negativas sobre el gobierno por acciones de corrupción que existe a nivel político, afecta a todo aquel que labora para el Estado. Además, es importante entender la identidad de los colaboradores de entidades gubernamentales, ya que la mayoría de alumnos que cursan la Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos dentro de la Universidad Galileo, son periodistas activos que laboran dentro de diferentes empresas de la comunicación, algunos incluso tienen sus propias agencias de información.

Siendo importante para el estudiante, entender también la dinámica que ocurre y el sentir de quienes trabajan para el gobierno central, ya que muchas de las fuentes de información provienen de estas entidades, lo que facilitará el entendimiento de la manera de pensar, sentir y actuar de estos, para poder entablar una mejor relación a futuro y poder conseguir la información que se necesita para el medio donde el periodista labora. Ya que, como se mencionó en la experiencia del autor, durante las diferentes clases recibidas en los diferentes cursos de la licenciatura, varios alumnos mencionaban conceptos y experiencias, así como algún tipo de falta de comprensión hacia los trabajadores públicos del porque realizaban una acción específica o la manera de comportarse, por lo que esta investigación tiene el interés de lograr descubrir y entender lo que ocurre dentro de la institución del Viceministerio del Deporte y la Recreación, como ejemplo o más bien una guía de la posible relación que se tiene con los demás ministerios y viceministerios que integran el gobierno central, con la salvedad que al desarrollar una actividad deportiva, el perfil de los colaboradores de primer punto, tiende a ser más orientado al área del deporte y la recreación que a una actividad política partidista.

Históricamente, a los guatemaltecos les ha gustado la práctica deportiva, basado en las diferentes competiciones que existen a nivel internacional, Guatemala es un país donde la participación ha sido constante en diferentes campeonatos y la práctica del deporte a nivel Centroamericano ha destacado con resultados positivos. Gracias a los logros de algunos deportes individuales como el taekwondo, la marcha, la vela y a nivel colectivo como el béisbol, baloncesto y en los años sesenta y setenta el fútbol con destellos de calidad, incluso con un excelente resultado en Juegos Olímpicos; Guatemala como país ha sido reconocido por el trabajo que realizan distintas instituciones que trabajan para promover la cultura física a nivel nacional. Existe un sistema del deporte en Guatemala, que delega y coordina las responsabilidades de diferentes organismos para la promoción de actividades deportivas que ayudan al desarrollo integral de los ciudadanos y a la buena utilización del tiempo libre de la juventud, creando y desarrollando hábitos saludables que ayuden a mejorar la calidad de vida de todo guatemalteco, al mismo tiempo como mecanismo de prevención de la violencia, en la utilización positiva del tiempo libre de la niñez y juventud.

Al Viceministerio del Deporte y la Recreación se le ha asignado el deber y compromiso de facilitar el Deporte para Todos, no federado y de manera recreativa, para buscar la masificación de la práctica del movimiento por medio del ejercicio físico. Basada en la expansión del servicio gratuito que realiza esta institución, es que este estudio realiza la investigación en las cinco regiones del país que registran mayor participación en las actividades que promueve este organismo, siendo los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén, además que esta delimitación logra capturar la realidad urbana y rural del país, para la promoción y práctica de la recreación deportiva.

Selección y Delimitación del Tema

La identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la institución, en los departamentos de las

regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén 2015-2016.

Delimitación espacial

La siguiente investigación se limita a la identidad de los instructores, promotores deportivos y voluntarios del Viceministerio del Deporte y la Recreación en las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y Petén.

Delimitación teórica

La investigación se basa teóricamente en los conceptos de formación y transformación de identidad, construcción social de identidad, identidad colectiva, formación de identidad nacional y deporte, el comportamiento humano dentro de organizaciones y especialmente esta basado en teorías de comunicación de masas y creación de opinión pública. Existen pocos estudios sobre el tema de la influencia de percepción pública en la identidad de los trabajadores del gobierno de Guatemala y por eso se utilizan técnicas de investigación para la recolección de datos, tanto encuestas como entrevistas para complementar la formación teórica de la siguiente investigación.

Delimitación temporal

Los límites temporales de la presente investigación están limitados por el tiempo que el autor formó parte del Viceministerio del Deporte y la Recreación y cuando finalizó la investigación a través de entrevistas realizadas por teléfono. El período de la investigación es de: 11 de marzo 2015 al 19 de abril 2016.

Justificación

Como se mencionó en la sección anterior, no se conoce algún tipo de estudio similar que enfoca la investigación sobre la identidad y la motivación de los instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios

del Viceministerio del Deporte y la Recreación, ante la percepción pública de asociación al partido político de turno en el gobierno de Guatemala. Esta tesis entonces, llena una falta en el discurso académico nacional y también presenta oportunidades para entender mejor la influencia pública que se tiene, por lo general negativa, sobre los partidos políticos en la actualidad debido a actos de corrupción que presentan los medios de comunicación masivos con frecuencia, así como los medios digitales, que es la nueva tendencia y que tienen un alcance con gran fluidez viral de información de los hechos que realizan los gobernantes, esto de manera instantánea y global dentro de la sociedad guatemalteca que entiende el contexto de las situaciones que se presentan por sufrir las consecuencias de la falta de servicios públicos de calidad y como esta percepción del gobierno afecta sobre los trabajadores gubernamentales, su identidad hacia la institución o hacia la labor que desempeñan.

En el país trabajan muchos servidores públicos que desempeñan el trabajo del gobierno en las diferentes comunidades, pueblos, municipios y departamentos de Guatemala. La cantidad de servidores públicos forma una parte importante de la fuerza laboral del país, siendo por eso una de las razones por las que es necesario entender mejor la identidad, la dinámica, los sentimientos, valores, motivaciones y percepciones que tiene este grupo social, ya que son los que realizan el servicio público y permiten que funcionen las distintas entidades gubernamentales, así como la percepción que las personas miembros de la sociedad guatemalteca tienen sobre ellos.

Esta tesis también servirá para que el mismo Viceministerio del Deporte y la Recreación pueda servir de ejemplo y proveer estudios para las demás entidades del gobierno. Según la investigación realizada, no existe ningún otro estudio interno para entender estos aspectos humanos intrínsecos de los servidores públicos dentro del gobierno actual o administraciones pasadas. La oportunidad para evaluar y entender las motivaciones y los sentimientos de los trabajadores puede servir al Viceministerio para mejorar el clima laboral en general o ver específicamente las relaciones entre encargados y sus empleados, que ayudarán a conseguir mejores resultados y cumplir con las metas

estipuladas por año y en los planes de gobierno a largo plazo. También, puede servir para entender mejor la dinámica de un servidor público con la población en general y conocer la percepción pública sobre ellos, todo con el fin de brindar un mejor servicio y ayudar al desarrollo del país. A través de estudios de esta manera, los distintos organismos del Estado pueden evaluar estos conceptos presentados dentro de sus instituciones, ayudando a mejorar en varios aspectos las acciones que realizan a nivel interno y externo, para fortalecer el trabajo y el servicio que prestan, según sean sus responsabilidades asignadas y que les corresponde dentro del todo que engloba el trabajo gubernamental.

Además, la tesis presenta temas relevantes para los alumnos de la Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos de la Universidad Galileo, ya que muestra un tema importante sobre la identidad, la cuál puede ser influenciada y transformada mediante la recepción de información por los medios de comunicación masivos y la fuerza que las diferentes teorías de comunicación de masas, utilizadas de manera planificada, pueden tener para crear consecuencias y reacciones en los receptores. A la misma vez, busca sintonizar el contenido aprendido durante los cursos de la Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos con la realidad que se vive en la sociedad y en una entidad de gobierno, en los cuáles existen colaboradores que estudian en distintas áreas en esta casa de estudio superior, según la profesionalización de interés, gracias a la diversidad de oportunidades de estudio con que esta universidad cuenta.

Al saber que, por naturaleza de la Escuela de Imagen Pública, muchos de los alumnos dentro de este programa de estudios trabajan o trabajarán en medios de comunicación, ya sea en prensa, radio, programas de televisión o en medios digitales, es por eso importante el estudio, ya que de este modo servirá para apoyar a estos futuros profesionales de comunicación, a entender aún mejor como influye su trabajo en los medios, para la percepción de la sociedad guatemalteca sobre los servidores públicos. De la misma manera, la tesis también sirve para conocer mejor a los colaboradores de las entidades públicas, específicamente del Viceministerio del Deporte y la Recreación, conociendo su

motivación y sentimientos al pertenecer a esta entidad, u otras entidades y la fortalece de la identidad con el servicio que prestan en la institución.

El tema de esta tesis surgió a través del aprendizaje durante el estudio de la Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos y con experiencia del autor como colaborador dentro del Viceministerio del Deporte y la Recreación. Los cursos recibidos en la Universidad Galileo dieron una base de información sobre las tendencias de comunicación, teorías de comunicación de masas, las estrategias que existe para comunicar e informar, cómo funcionan los sistemas de información y la influencia de los medios de comunicación masivos junto a las nuevas tecnologías de la comunicación en la sociedad actual. Entonces, con esta base de conocimiento, existía la posibilidad de observar y analizar distintas actividades que ocurrían dentro de la dinámica de interacción laboral y durante el estudio académico.

Mediante el transcurso del tiempo personal laborado del autor en el Viceministerio del Deporte y la Recreación, este personalmente recibió comentarios acerca de su propio involucramiento político por pertenecer a una entidad pública como trabajador inmerso en la formalidad laboral del Estado. También, se observó que, en varias ocasiones durante actividades deportivas recreativas, padres de familia y los mismos beneficiarios de los servicios también cuestionaron a los colaboradores sobre este tema, además de ver que los trabajadores muchas veces no usaban el uniforme oficial. Entonces, se propone saber cómo esta asociación de percepción pública con el trabajo gubernamental afectaba la identidad y el desempeño de los colaboradores del Viceministerio de Deporte y la Recreación, con su identidad a la institución.

Antecedentes.

El tema principal de esta tesis se enfoca sobre la identidad de los instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios en cinco regiones de Guatemala en donde el Viceministerio del Deporte y la Recreación presta el servicio de promoción y masificación de actividades que faciliten la actividad física por medio de acciones deportivas recreativas y como

afecta en ellos la asociación que la sociedad hace entre trabajadores de entidades públicas con el partido político que ganó más espacios para la administración pública durante las elecciones generales del país. También para entender mejor su motivación laboral, como afecta en la identificación con la institución y el orgullo de pertenencia, así como el impacto que tiene en su deseo de continuar laborando en la entidad pública a pesar de los comentarios que hacen los beneficiarios de servicios sobre la corrupción que por lo regular identifica a los partidos políticos en la actualidad.

También, como le afecta de manera personal en su orgullo y deseo de continuar como parte de esta institución el desgaste que tiene la política partidista y la percepción de la sociedad hacia ellos, aunque realicen una actividad diferente dentro de los parámetros deportivos y recreativos. Según la investigación, una indagación sobre la motivación laboral dentro del Viceministerio del Deporte y la Recreación, específicamente de los departamentos que menciona el estudio, en Guatemala no ha sido realizado hasta este momento. Algunos encargados de la Jefatura de Supervisión de Áreas Sustantivas comentaron que algunos encargados de departamentos han mencionado la intención de realizar esta clase de investigación, pero debido al constante cambio de autoridades que por lo general ha sucedido en los últimos cuatro años, no se cuenta con el tiempo para realizarlo y quiénes han estado a cargo, tampoco han dejado algún material o estrategias de acción para desarrollar este tema.

Por eso, el propósito de este estudio es para fortalecer el conocimiento de la motivación y el orgullo de los trabajadores en instituciones gubernamentales, colocando de ejemplo lo que ocurre dentro del Viceministerio del Deporte y la Recreación con los colaboradores de áreas deportivas recreativas, dejando la libertad para que futuras investigaciones se enfoquen en temas similares, teniendo esta como base, pero pudiendo incluir otros ministerios que tengan responsabilidades de otro tipo, incluyendo algún tipo de manejo con influencia un poco más política y con responsabilidades ante la sociedad cuyas decisiones enmarquen otro tipo de consecuencias. Al ser la responsabilidad de esta entidad

deportiva encargada de la promoción de la cultura física como mecanismo de apoyo al desarrollo integral de las personas de la sociedad guatemalteca, sobre estos temas es que se realizó el estudio de la identidad con la institución.

La investigación sobre la identidad tiene un discurso académico amplio que incluye obras de las disciplinas académicas que incluyen: sociología, psicología, ciencias de la comunicación, medios de comunicación de masas, ciencia política, entre otras. El marco teórico que viene presenta varios autores que incluyen: Berger y Luckmann y su trabajo “La Construcción Social de la Realidad,” Marshall McLuhan y su obra “Aldea Global,” Luis A. Vázquez y su trabajo sobre “El Trabajo en la Construcción de la Identidad. Los desfibradores de Yucatán,” y Hassan Rachik “Identidad Dura e Identidad Blanda” y el sociólogo Alain Touraine entre otros autores. También tendrá referencia con el trabajo clásico de los autores reconocidos como Immanuel Kant y Sigmund Freud.

Estos autores escriben sobre los componentes que forman la identidad, así como su fortalecimiento y transformación durante la interacción con otras personas dentro de una sociedad. El proceso de construcción de identidad y tipos de identidad son representados por pensadores con importantes reconocimientos para este tema. Estos estudios anteriores apoyan para informar a la presente tesis sobre los temas que se buscan, especialmente para el hecho de entender cómo se define la identidad de los instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios que laboran en el Viceministerio de Deporte y la Recreación a pesar de la asociación que realiza la población guatemalteca con el partido de gobierno actual, que por lo general ha sido en los últimos mandatos, cada año desgaste para las autoridades que dirigen el país.

La tesis también juntará contenido dado durante las cátedras de la Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos que da la Universidad Galileo, dentro de la Escuela de Imagen Pública. Esto sirve para entender la influencia de los medios de comunicación masivos y las nuevas tecnologías de la comunicación que pueden tener un importante impacto en la construcción de identidad de la sociedad expuesta a la información, afectando a los beneficiarios

de servicios del Viceministerio del Deporte y la Recreación como a los colaboradores de esta entidad gubernamental. Estos temas también pueden afectar a la construcción de la opinión y percepción pública de la población, por la información que los medios de comunicación presentan de manera positiva o negativa del trabajo de los gobernantes y como esto pueden influir por la asociación de los partidos políticos con el gobierno e impacta la percepción sobre los trabajadores del Viceministerio de Deporte y la Recreación. Especialmente se utilizará las ideas expresadas en los siguientes cursos de: “Teoría de la Comunicación de Masas” impartido por el Licenciado Carlos Barrios y “Dirección de la Sala de Redacción y Agenda Setting ” por el Licenciado Richard Shaw.

También, existe un amplio discurso académico sobre el deporte y la recreación. El marco teórico presentará información sobre la Ley para el desarrollo de la cultura física y el deporte, Decreto No. 76-97, más conocida como la ley del deporte de Guatemala. Junto con estudios realizados por las entidades internacional como UNICEF, Organización Mundial de la Salud entre otras. Estos estudios enseñarán el rol que juega el deporte en las vidas de niños y adolescentes y como puede formar sus identidades por la práctica de la actividad física. También, puede demostrar aspectos sobre la población laboral de esta institución gubernamental porque el trabajo, sobre todo, se enfoca en los deportes que han sido parte de la vida y el perfil de los colaboradores de esta institución.

Se encontraron 5 tesis de referencia cercanas a los temas referentes sobre la construcción de identidad y opinión pública, todo esto por medio de las distintas interacciones que las personas tienen desde el hogar, sus relaciones de amistad, compañeros de trabajo y el contacto con los diferentes medios de comunicación e información a los que están expuestos. En la tesis presentada en el 2013 por Yhoselin Ávalos y Salomón Parada, sobre: La construcción de la identidad cultural salvadoreña, a través de la producción audiovisual, realizada por la organización no gubernamental ACISAM, durante el año 2012. Nos muestra que la construcción de identidad cultural salvadoreña, ha sido

influenciada por la producción audiovisual en los últimos años, lo que es fundamental en la presentación de diferentes temas sociales, a un grupo grande y variado de receptores que tienen acceso a los diferentes medios de comunicación y a quienes aunque no han sido por completo transformados en su identidad, gracias a la posibilidad tecnológica audiovisual, ha permitido la difusión de la identidad cultural que existe en diferentes partes de El Salvador.

Este nuevo conocimiento según Yhoselin Ávalos y Salomón Parada en el 2013, ha sido posible por medio de reportajes audiovisuales, principalmente de organizaciones no gubernamentales, lo que ha permitido la posibilidad de conocer otras realidades del país, otras formas de relación y estructura social de comunidades alejadas de las principales ciudades y al mismo tiempo provocar una nueva interacción entre comunidades que antes no la tenían y el interés de los receptores por conocer estos lugares o el inicio de cambios en su percepción de la realidad del país, al conocer temas sobre abusos a mujeres, emigración, sexualidad, drogas, entre otros. Que, al entrar en contacto con estas nuevas colectividades, inician las transformaciones de la identidad de la juventud, al sentirse identificados con identidades comunitarias en diferentes lugares alrededor del país. Todo esto gracias a la facilidad de la producción audiovisual que las nuevas tecnologías de la comunicación permiten. (Morales y Salomón, 2013).

Con la creación y difusión del internet a nivel mundial, la utilización de las nuevas tecnologías de la comunicación como las redes sociales, han sido medios que han logrado influir en la construcción y transformación de identidad de los ciudadanos expuestos a las mismas, principalmente en los años de niñez y adolescencia, según menciona Mercedes Carrizo en el 2012, mediante la tesis: Las redes sociales como factor determinante de transgresión en la comunicación entre adolescentes. El fenómeno de Facebook y su influencia. Explica que, en la etapa de adolescencia, debido a los cambios biológicos, entre los que menciona principalmente el desarrollo de la sexualidad, junto a los demás factores a los que se ve expuesto todo ser humano, según el contexto en el que habita, se forma la personalidad que como adulto desarrollara.

Por lo que la utilización de redes sociales por adolescentes, sin la supervisión de los padres o adultos, tiene efectos negativos, debido a la intensa cantidad de información y posibilidad de comunicación en la que el Facebook tiene posibilidad, tan solo con la creación de un perfil. Que la identidad se forma y transforma mediante las diferentes interacciones con personas de todo el mundo, con diferentes tipos de cultura, y con la información y temas que las páginas de medios de comunicación ponen a disposición de todos los usuarios de estas plataformas digitales. Lo que provoca que la red social sea un educador sobre que pensar, llegando a convencer a estos jóvenes que lo que se publica es verdadero y la realidad del mundo al que se enfrentarán al apagar el computador es la que encontrar en este tipo de medios. (Carrizo, 2012).

Según el autor Julián Pindado, en la tesis realizada en el 2003: El papel de los medios de comunicación en la socialización de los adolescentes de Málaga. Habla sobre la importancia de la influencia de los “Medios y construcción de la identidad”, ya que las audiencias se encuentran expuestas delante de las diferentes formas que existen de aparatos de comunicación en información, los que sirven de fuentes para la transmisión de valores y percepciones de la realidad que entran por medio de los diferentes sentidos del ser humano, mostrando el ejemplo del televisor que funciona muchas veces como un espejo para el receptor, en donde construye su propia identidad y los conceptos del mundo en el que habita y creó, nutriéndose de hechos y conceptos que luego desarrollará durante las acciones que realice diariamente.

La tesis, “Los Medios de Comunicación como Generadores de Opinión Pública en El Salvador,” presentada por la autora Karla María Villanueva Cabrera en 2008 provee conocimiento relevante para la siguiente investigación. La autora refuerza la idea de los medios de comunicación como fuertes formadores de la opinión pública. También, se expresó sobre que la comunicación es una herramienta muy importante para la raza humana, un componente necesario y útil, especialmente para políticos y en este caso, los alcaldes y funcionarios de municipalidades. Según Villanueva, es difícil tener una opinión neutra porque las personas siempre están expuestas a medios de

comunicación, los cuales tienen una capacidad amplia de todo tipo de mensajes. Su tesis analizó la campaña informativa de una municipalidad en El Salvador, concluyendo que la falta de un plan estratégico de comunicación ha perjudicado la alcaldía. Entre otras recomendaciones, la autora propone que la alcaldía debe buscar fortalecer su comunicación a través de una entidad dedicada a este propósito.

Por último, la tesis “Motivación laboral y compensaciones: una investigación de orientación técnica” escrita por Valeria Bedodo Espinoza y Carla Giglio Gallardo en el 2006, investiga sobre la motivación de personas y como, a través de la compensación, se puede guiar y/o motivar aún mas a los trabajadores. Aunque la siguiente tesis no busca entender el impacto de la compensación, Espinoza y Gallardo dan información importante sobre la motivación de los trabajadores y a través de su estudio, encontraron que la compensación si es una manera que motiva a los trabajadores, pero no tanto como otros premios extrínsecos como la retroalimentación positiva de su encargado/a o otras maneras de motivación. Entonces, se puede ver que la compensación es un factor que tiene influencia en como están motivadas las personas pero no es la variable mas importante, si no que el trato con el equipo de trabajo y jefes inmediatos, el trato diario dentro de un ambiente positivo.

Marco Teórico

Teoría

Para la realización de la presente tesis *La identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la institución, en los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén*, se seleccionaron los siguientes cuatro temas académicos para desarrollar, fortalecer y analizar la hipótesis. Primero, se presentan las teorías sobre la formación, construcción social y transformación de la identidad. Segundo, se analizan las teorías relacionadas de las ciencias de la comunicación, especialmente acerca de la creación de opinión pública y teorías de comunicación de masas. Tercero, se presentan teorías sobre la identidad y deporte. Por último, se muestran teorías sobre la organización de empresas y del personal.

Definición

La exploración del tema de identidad tiene una historia larga que incluye filósofos desde la edad antigua, la revolución industrial y hasta la edad moderna. La Real Academia Española explica la identidad desde una perspectiva psicológica y sociológica. Primero, según ésta Academia, la identidad puede ser el “Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”. También, desde una perspectiva sociológica la definición de identidad puede ser la “conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás”. La siguiente tesis exploró el tema de identidad desde una perspectiva socióloga, enfocando en la influencia de la sociedad, de la comunidad en la auto-percepción de la persona y la formación del llamado “identidad”.

Conceptos y categorías

El siguiente marco teórico presenta el discurso académico sobre el tema de tesis *La identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la institución, en los*

departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén. Primero, se explora la literatura acerca del tema de identidad para entender mejor la formación de esta y como este concepto puede estar influido por la percepción y la opinión pública. La sección sobre la identidad empieza con una descripción en general de la construcción de identidades y termina con una discusión acerca de la formación de identidad, específicamente en Guatemala.

Al terminar la exploración del tema de identidad, el marco teórico presentará el concepto de la creación de percepción y opinión pública a través de los medios de comunicación masivos y las nuevas tecnologías de comunicación, utilizando ejemplos como el Caso Watergate, Operación Drake, junto con las películas Cortina de Humo y Ciudadano Kane, para proveer muestras de los conceptos. El marco teórico continua con una presentación sobre el impacto de los deportes en la identidad de las personas y de la sociedad, a su vez, el concepto de Deporte para Todos, que es la responsabilidad que tiene la institución para prestar el servicio de deporte recreativo a la población. Al final, esta sección presentará teorías sobre la organización de empresas e información concretamente sobre el Viceministerio del Deporte y la Recreación.

Exponentes

Berger y Luckmann.

Los famosos autores Peter L. Berger y Thomas Luckmann realizaron una teoría en la que se basa ésta investigación que se llama “La Construcción Social de la Realidad”. Desde su primer libro en 1966 y siguientes obras en 1998 y 1999. El concepto de su trabajo se basa en la idea que las interacciones de personas con los demás forma su percepción de realidad, entonces la formación de realidad es construida a través de interacciones sociales. Ellos se proponen que un niño internaliza profundamente sus primeras interacciones sociales y que estos momentos son más impactantes que las siguientes experiencias. Enfocado en el tema de este estudio, la identidad, según estos autores es

basado en realidades que a veces están en conflicto porque es difícil para un humano ser hijo, hermano, padre, trabajador entre otros roles, todo al mismo tiempo.

Luis A. Vázquez Pasos.

Luis A. Vázquez Pasos, es un Doctor en Sociología del Colegio de México y actualmente es el Profesor Investigador en la Facultad de Ciencias Antropológicas de la Universidad Autónoma de Yucatán. Su trabajo sobre la identidad de los Desfibradores de Yucatán sirve para orientar la siguiente tesis por su tema de investigación enfocada en la construcción de las identidades, tanto religiosas como laborales. Luis Vázquez (1996) propone que en el proceso de creación de la identidad está se encuentra influenciada por numerosos factores que rodean la vida de una persona, entre las que menciona la distintas experiencias e interacciones diarias con otros sujetos. A esta dinámica se la conoce como socialización, la cual es diversa y va desde el contacto con la familia, la sociedad en la que un sujeto convive, hasta la orientación religiosa y las creencias ideológicas de los padres, amigos, compañeros de trabajo o cualquier otro ser con el que interactúa.

Hassan Rachik.

Hassan Rachik, nacido en 1954, es un antropólogo de Casablanca y ha tenido el rol de catedrático en universidades en Estados Unidos de América, Francia y países árabes. Las investigaciones de Rachik han sido orientadas a temas de la identidad colectiva, que indica que las personas forman una identidad basado en su grupo social. Según Hassan Rachik (2006), la identidad colectiva clasifica a las personas según el grupo social en el que participan, para esto propone indicadores que van desde rasgos culturales, hasta geográficos y de nacionalidad o ideología en política y creencias religiosas, también menciona los bienes colectivos con que cuentan las personas y los grupos sociales entre los que interactúan. Este autor menciona que en la clasificación que sufre un individuo por la sociedad según la identidad que tiene, le exige obligaciones de

comportamiento social, condicionados por quién o quiénes tienen algún tipo de poder sobre el sujeto.

Andrés De Francisco y Fernando Aguiar.

Para los autores Andrés de Francisco y Fernando Aguiar (2003), la identidad es una acción social, y solo en el ejercicio de la misma es posible identificarla. Andrés de Francisco es doctor en filosofía y profesor titular en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid. Fernando Aguiar es un investigador científico y el director de la Revista Internacional de Sociología. Ambos dividen la identidad social en dos maneras para identificarla, una por medio de los intereses que tiene el ser humano, así como en las preferencias que tiene un individuo, pero condicionadas por las experiencias acumuladas en el transcurso de la vida, en donde la acción que realiza un individuo tiene un motivo específico que fue asimilado con anterioridad debido a las interacciones con otros.

Marshall McLuhan.

Marshall McLuhan era un filósofo canadiense y catedrático de inglés que se concentró en la formación de teorías de comunicación y de medios de comunicación. Una de sus obras más famosas es "Guerra y Paz en la Aldea Global", en donde él explora las diez etapas de comunicación entre la edad temprana hasta la televisión. En su otra obra "La Aldea Global: Transformaciones en la Vida y los Medios de Comunicación Mundiales", propone que el medio es el mensaje y que hoy en día el mundo es el pueblo.

Aplicaciones

Las teorías sobre la construcción de identidad individual y colectiva y sobre la creación y transformación de opinión pública, tienen su base en la interacción de los seres con el contexto en el que habitan, al que se encuentran expuestos, por lo que su percepción de realidades y de comportamientos puede cambiar varias veces durante el transcurso de sus vidas. Claro está, que los

valores y experiencias desarrollados durante los primeros años, definen en gran manera las formas de comportamiento, pensamiento y reacción ante diferentes situaciones diarias, a las que toda persona se enfrenta. Pero las nuevas experiencias y la constante exposición a medios de comunicación masivos, nuevas tecnologías de la comunicación, el internet junto con las redes sociales, al repetir constantemente información, así como lograr una mayor facilidad para la comunicación, van creando nuevas formas de pensamiento y por ende de comportamiento, siempre y cuando, también la persona tiene la predisposición de aceptar a lo que está expuesto.

Primero, las teorías de la identidad muestran tendencias sociales dentro de los seres humanos que pueden explicar comportamientos y reacciones a eventos o situaciones. Además, las teorías de comunicación masiva y sobre la creación de opinión pública ayudan a entender como un mensaje puede ser transmitido y/o manipulado y de qué modo se puede construir una opinión en los receptores, conforme la creación y objetivos del contenido de los mensajes. Esta investigación presenta el impacto de la opinión pública sobre la identidad de los trabajadores dentro de una institución gubernamental, como lo es el Viceministerio del Deporte y la Recreación, por esta razón es importante mencionar y entender algunas de las teorías ya existentes.

Aportes

Como bien señala el autor Marshall McLuhan, en una de sus publicaciones, uno de los principales aportes de las teorías de la creación y construcción de identidad de los seres humanos y de la opinión pública es entender, gracias a los avances de la tecnología, primero que las interacciones constantes a las que se encuentra expuesto todo ser humano tiene consecuencias en la creación de identidad, percepción, que incluso llega a crear el sentimiento de pertenencia, que a nivel político es utilizado bajo intereses de nacionalismo, y que los avances de desarrollo han permitido pensar en que -los medios de comunicación deben ser vistos y comprendidos como extensiones de los sentidos de las personas- y que estos recaban información y proponen temas

para ellos son importantes, que luego serán parte importante de quiénes reciben los mensajes. (McLuhan, 1964).

Otra gran aportación es comprender que el mundo se ha convertido en una “Aldea Global”, que la rapidez e inmediatez en la presentación de hechos y acontecimientos noticiosos es cada vez más veloz. Y se puede conocer lo que todo lo que ocurre en donde existe una persona que tenga la capacidad de captar información y utilizar algún aparato o instrumento con el cuál pueda compartir en un medio de comunicación, alguna plataforma tecnológica y exponer a nivel mundial en el instante mismo que ocurre un evento.

De este modo, todas las personas pueden enterarse y conocer nuevas culturas, sucesos y todo lo que le parezca interesante o lo que logró llegar y ser descodificado por el ente, lo que también tendrá una probabilidad de influir en el receptor. Muchos de los temas de corrupción dentro de distintos gobiernos a nivel mundial que en la actualidad se conocen y en los cuáles, la detección y planteamiento han sido gracias al periodismo investigativo de algunos medios de comunicación, que lo presentan a un grupo grande de audiencia al que tienen la oportunidad de llegar. Provocando que la ciudadanía tenga una opinión pública y percepción sobre la política y quiénes se involucran en ella.

En síntesis, nos permite comprender que la identidad individual, colectiva y la opinión pública, se crean conforme las interacciones a las que se encuentra expuesta toda persona, desde su nacimiento con el contacto dentro de un contexto en el que le ha tocado vivir, así como en su exposición ya como adulto a diferentes grupos de personas, medios de comunicación y nuevas tecnologías de la comunicación, que permite el estudio del comportamiento y percepción de la población sobre personas que laboran en entidades públicas.

Identidad

La construcción social de identidad

El tema de la construcción de identidad está referido con la naturaleza de la vida humana en la constante confrontación con la sociedad por ende con otros individuos y la realidad construida por estos en la vida cotidiana. La socialización es parte definitiva de la acción humana, de la cual no se puede huir, siendo en esa interacción donde el ser crea una individualidad, pero basada en el comportamiento y experiencias de las demás personas. La intención de esta unidad es presentar la relación de la identidad de cada persona según la socialización primaria y secundaria que tuvieron al momento del contacto con la realidad que se encuentra al alrededor.

Algunos escritores ven importante situar el estudio de la vida cotidiana de cada ser para simplificar el proceso de la creación de identidad, por ejemplo, Berger y Luckmann (1968) mencionan que “el hombre está biológicamente predestinado a construir y a habitar un mundo con otros (p. 28). Ese mundo se convierte para él en la realidad dominante y definitiva en la que se encuentra con diferentes retos y condicionantes desde el nacimiento, tanto por la naturaleza biológica del ser humano y del mundo en que habita, como por las reglas culturales para la convivencia que han sido construidas por la sociedad en que existe. Es en esa convivencia natural con lo existente que se crea y transforma todo el componente de valoración que adquiere una la persona.

La existencia habitual del ser con el entorno es lo que transforma y crea la realidad en la que cree, no conoce más que lo que ve, escucha y siente, todo es nuevo, el conocimiento lo va adquiriendo con experiencias, ya que “el individuo no nace miembro de una sociedad: nace con una predisposición a estar socializado, y luego llega a ser miembro de una sociedad” (Berger y Luckmann, p. 2). Esta actividad se desarrolla por medio de la dialéctica constante entre el individuo y las realidades construidas por el conjunto y después que el individuo logra la adaptación se da cuenta que es posible construir realidades, empieza a descubrir que tiene la capacidad para influir en otros y entiende que al comienza a afectar el medio en el que se encuentra es posible lograr transformaciones que

desea, según también el poder y la oportunidad que tiene dentro de la clase social a la que pertenece.

Importante entender que en el arte de la dialéctica está la clave para comprender la manera en que se construyen las identidades en el ser humano. Para la Real Academia Española este concepto es un “método de razonamiento, relación entre opuestos, arte de dialogar, argumentar y discutir para descubrir la verdad mediante la exposición y confrontación de razonamientos y argumentaciones contrarios entre sí”, que mientras más diversos sean los entes que se encuentran en una interacción, mayor será la posibilidad de descubrir nuevas realidades, crear, mantener y transformar la identidad (Real Academia Española).

La socialización primaria es la comprensión que un ser comienza a tener de los semejantes, del ambiente del que se rodea, la diferenciación entre cada uno, lo que le agrada a los demás y lo que no, es el comienzo de la identificación con los otros dentro de una realidad construida por los demás que se vuelve propia. Estos conocimientos que van adquiriendo los seres los que llevarán por toda la vida e influirán en las acciones y tomas de decisión que tengan en el futuro. Son la base de su comportamiento y creencia de la realidad y de lo que es bueno o malo, según los hábitos de la cultura en la que tuvo este primer contacto y descubrió la realidad, que para él es la correcta porque es la que conoce, hasta que empieza a conocer a nuevas personas o a desarrollar una actividad en diferente contexto.

Según Charles Lemert (1999) y para Berger y Luckmann (1968) un ejemplo de esos procesos es cuando un ente es niño y conoce a la madre, luego a los demás seres que conforman la familia, pero luego conoce a los amigos de la familia, al crecer sale a la calle y empieza a percibir que existen otras personas que son los vecinos, así como cambia el contexto porque el contacto es en la calle, ya no en el hogar, lugar que conoce muy bien. Después entra una afectación al momento de encontrar el inicio de la etapa de ir a la escuela, nuevas personas y nuevo ambiente. Todo esto ocurre de una manera objetiva porque topa con otros entes al igual que él pero con otra acumulación de

experiencias distintas, que bien pueden tener una percepción de la realidad similar más no igual.

Se debe recordar y considerar para la identificación de identidades que cada persona está influenciada por las otras con las que tuvo el primer contacto dentro de una organización social determinada, la que le enseñó una realidad y en mucho la manera de cómo debe comportarse dentro de la misma. Mecanismos que admite ya que no conoce otros, más que con los que interactúa, aceptando el rol que los demás le dan y acepta la clasificación que los demás se dan ellos mismos. Siendo allí en ese momento donde comienza el individuo a encontrar que otros tienen diferentes maneras de comportarse y de pensar comenzando en esta etapa a desarrollarse la socialización secundaria.

En este momento es donde el niño descubre que existen diferencias y que no todo es igual, incluso tiene discrepancias con los demás ya que los valores y formas de comportamiento varían según el comportamiento aceptado y aprendido en cada familia. Para Berger y Luckmann (1968) la socialización secundaria “es cualquier proceso posterior que induce al individuo ya socializado a nuevos sectores del mundo objetivo de su sociedad”, en donde descubre diferencias pero que al mismo tiempo le hacen crecer porque debe adoptar maneras de comportarse para interactuar con los demás y lograr establecer una relación social estable por medio de la dialéctica (p. 2).

Como manera de ejemplificación, cuando se organiza un equipo de niños menores de seis años, de un club profesional de fútbol que escoge a los mejores jugadores de una región y los beca con estudios y entrenamientos gratis para que pertenezcan a la entidad y prepararlos en la búsqueda de mejorar las capacidades físicas innatas y técnicas orientadas al deporte específico que realizan, buscando el desarrollo deportivo y humano sin importar la realidad social de cada uno, da la pauta para que en un equipo de 15 individuos elegidos, la interacción sea una mezcla de identidades, debido a los distintos valores familiares, culturales, clase económica, nivel de estudio o no, zona geográfica donde habita y contexto en el que viven. Todos los niños fueron elegidos por una

habilidad deportiva específica en común, en la que trabajaran en los entrenamientos en búsqueda de objetivos planteados por la institución.

La manera de comportarse de cada niño se basará en la realidad con la que han crecido y tenido el primer contacto social y que para ellos es la correcta. Allí comenzará una afectación ya que el equipo tiene los propios valores y reglas de comportamiento, también la característica de percibir la realidad que tienen el entrenador, la manera de hablar, de comunicar y de tratar a los jugadores, según el nivel de exigencia. La interacción entre los jugadores también provocará una confrontación en el momento del diálogo y la aceptación obligada de modos del comportamiento de los demás.

Ya que, en este grupo diverso, los niños fueron elegidos por un talento o habilidad futbolística y no por el historial social que tienen, por lo que cada uno tendrá un conocimiento y percepción diferente de la realidad. Los escritores Berger y Luckmann (1968), nos hablan de la diferencia de aceptación de la realidad y manera de comportarse que tendrá un niño de clase económica alta con uno de clase baja de un barrio de la ciudad afectado por la pobreza y vulnerabilidad de violencia (p. 3). Ya que un niño que proviene de una familia con un alto poder adquisitivo a los cinco años, mientras juega en el hogar con armas de juguete como pistolas de agua, es posible que el otro niño de la misma edad, pero en otro contexto, se enfrente y conozca un arma verdadera, incluso la limpie, juegue con ella y acompañe a un adulto a cometer un acto delictivo o vea en el contexto en el que habita como esa arma provoca la muerte de un ser humano. La realidad de percepción de un objeto será diferente según las experiencias de vida de cada uno y durante la interacción entre varios entes, estos se verán afectados uno al otro en por el contexto de asimilación de la realidad que han tenido.

La creación de identidad tiene varios pasos y procesos, otro ejemplo es en el que la socialización secundaria actual es cuando un niño ingresa a la escuela, muchas veces se ven a los pequeños llorar cuando los padres los dejan o al pasar varias horas comienzan a extrañar a los padres, según Berger y Luckmann (1968) esto ocurre porque “la primaria tiene mucha carga emocional”

al interrelacionarse entre entes con diferentes percepciones de la realidad y adoptan formas de comportamiento y reacción sobre sucesos, ya que un niño que pasa tiempo solo porque los padres trabajan durante todo el día y lo dejan con abuelos, tíos, amigos, niñera, sufriendo cambios de personas y lugares diariamente, se adaptará mejor al cambio que representa la interacción con más personas que sufre durante el inicio escolar, que aquel niño que pasó todo el día en el hogar junto a la mamá o el encargado y que no interactuó en diferentes contextos con distintos seres humanos (p. 3). La emocionalidad va de la mano al entendimiento que los niños comienzan a tener de quienes los cuidan.

La acción de socialización primaria y secundaria no se da de igual manera y forma para todos, depende de las actitudes, formas de comportamiento y el trato de quienes están en el entorno de niño que aprende una realidad. Berger y Luckmann (1998) proponen que “éste no es un proceso mecánico y unilateral: entraña una dialéctica entre la auto-identificación y la identificación que hacen los otros, entre la identidad objetivamente atribuida y la que es subjetivamente asumida”, esto quiere decir que los seres en la relación con los otros no solo deben asumir el patrón de comportamiento que se le ha dado y ha asumido, si no que también a esto deben aceptar el de los demás, ya que el “recibir una identidad comporta adjudicarnos un lugar específico en el mundo” en el que se vive y actúa (p. 47).

Es importante conocer los medios y las formas en que ocurre la socialización, no solo los gestos, los movimientos de aprobación o desaprobación es lo que logra identificar el niño, si no que comienza a identificar como aparato fundamental el “lenguaje” y de allí ya se irán identificando los contrastes por el tono de voz, el volumen, el contexto y todas las variables que la comunicación vocal contiene. Al aprender a hablar y a dar forma a las palabras, se comienza a dar entre los seres diferente tipo de información lo que facilitará la creación y transformación de la identidad “sencillamente porque el contenido de la socialización está determinado por la distribución social del conocimiento” obtenido por los individuos al iniciar la relación con los demás seres y en el que deben aprender a mantener el equilibrio entre lo que conocen de manera

personal y lo que les comunica la otra persona con la que tienen el contacto (Berger y Luckmann 1998, p. 49).

La naturaleza del hombre es un cambio constante, la masa evoluciona, el cuerpo cambia, los intereses varían según las diferentes etapas de la vida, las circunstancias son distintas, unas dependen del ser y otras son independientes, incontrolables y solo puede aprender a adaptar a los sucesos sociales o naturales. Según los autores Berger y Luckmann (1999) los niños aprenden a dormir y a comer a las horas y los momentos que les indican los padres mediante la primera socialización, empiezan a entender que existen tiempos para cada cosa, pero esto no es natural, un bebe llorará siempre que tenga el deseo natural de comer, cuando sienta hambre realizará alguna acción que avise que desea alimentarse, pero la madre va regulando los tiempos según pasan los días como una de las primeras reglas impuestas a la persona.

El niño, aunque no tenga sueño se le enseña y aprende que debe dormir a una determinada hora, aunque no tenga sueño y lo natural del cuerpo que cuando se cansa descansa, debe ser modificado por reglas y hábitos que la las personas del grupo asignan como correctas, en este caso los padres o quien sea el que tiene el contacto con el bebé. Un adulto al tener relación con un grupo de deportistas o encargados de nutrición comienza a identificar que hay alimentos que le harán mejorar al funcionamiento del cuerpo y que el peso que tiene actualmente es lo correcto o no, según la edad, el sexo y característica específica de la actividad que realiza, por lo que comienza a no comer lo que encuentra o lo que desea, si no lo que le han dicho y se ha dejado influenciar.

Con regularidad el contexto de aprendizaje de una persona varía según la cotidianidad de la vida, pero siempre la persona que tiene mayor poder en la estructura social es la que la mayoría de veces influye en la creación y transformación de identidades y promueve una realidad a la otra persona. Para Berger y Luckmann (1968) un ejemplo es la relación en el hogar en donde los padres ponen las normas de comportamiento y los hábitos que los hijos deben seguir, así ellos quieran o no deben “aceptar a los padres que el destino ha deparado. Esta desventaja injusta inherente a la situación de hijo tiene la

consecuencia obvia de que, aunque el niño no sea un simple espectador pasivo en el proceso de su socialización, son los adultos quienes disponen las reglas del juego” en el lugar donde se encuentren. Los autores también afirman que por eso “la socialización primaria, pues, construye el primer mundo del individuo” pero con reglas de comportamiento ya habitualmente definidas” y para el niño estas son las únicas que existen porque son las que conoce. Por ejemplo, los bebés lloran cuando quieren algo o por una situación que les sucedió y se comportan de una manera en la que solo se enfocan en esto porque no conocen más que esta realidad y todo lo que sienten y quieren es su mundo, la realidad objetiva.

En el encuentro con otros seres de la misma especie, en la socialización secundaria es cuando se empiezan a identificar las diferencias de los mundos y las realidades que existen para cada persona. Siempre hay una evolución en el crecimiento de conciencia de una persona y en el aprendizaje por medio de diferentes experiencias, pero lo que se aprendió durante la socialización primaria, está grabado de manera cognitiva en el interior y en base a esto es que se empieza el conocimiento de las diferentes realidades que perciben los demás. Claro que esto no evita el cambio y transformación de la identidad, pero los demás aprendizajes o transformación estarán siempre en cuestionamiento con lo primero que el individuo aprendió a identificar como correcto. Esta socialización primaria tiene un fin en el momento en que el niño tiene claro que existe una individualidad de él mismo y de los seres con los que habita e identifica las diferencias entre ellos. Pero inmediatamente al estar consciente de la existencia de varios entes comienza a notar que la realidad es diversa, lo que afirma que “la socialización nunca es total, y nunca termina” Berger y Luckmann (1968) siempre está en un proceso de evolución y según el contexto en el que se desarrolla la vida de un individuo tendrá una transformación de identidad.

La necesidad del hombre por sobrevivir en la era moderna, en la que existe un sistema económico capitalista, con diversidad de ofertas de forma de trabajo hace que un ente salga y se exponga a distintas formas de concebir la vida según los mecanismos de producción que existen en el entorno. Por lo que

se coincide con Berger y Luckmann (1986) en que “no existe ninguna sociedad, dentro de las que conocemos, que no posea cierta división del trabajo y, concomitantemente, cierta distribución social del conocimiento, por lo que, mientras así ocurra, la socialización secundaria se vuelve una necesidad”, ya que la adaptación de un hombre con otro debe ser de una manera rápida para poder asumir un rol que le permita permanecer dentro de este conjunto establecido en un sistema ya definido por diferentes agentes sociales (p. 6).

Como manera de ejemplo, una persona que ha tenido un trabajo por 15 años iniciando la actividad laboral en el lugar donde realizó las prácticas para graduarse de secundaria, conoce la realidad de la actividad que ha realizado, está ambientado a la institución, a los compañeros de trabajo y a la manera de liderazgo de los jefes, pero un momento las nuevas políticas de la entidad requieren un corte de personal, el individuo se ve afectado porque es despedido, lo que provoca un cambio en la dinámica de la vida que ha llevado, se debe enfrentar a nuevos retos tanto en el hogar como en la socialización con nuevas empresas en donde aplica en busca de una nueva oportunidad laboral.

Después de algunos meses de pasar desempleado ya con una dinámica diferente a la que estaba acostumbrado, ingresa a un departamento de lugar donde le dieron la oportunidad de trabajar, las acciones que debe realizar son diferentes, incluso fuera de la profesión de la que estudio y desarrollo con anterioridad, pero debió aceptar nuevas condiciones debido a la necesidad económica que enfrentaba. Ahora tiene nuevos compañeros que han llevado la vida de otra manera, en diferentes circunstancias, inmediatamente la persona debe iniciar a entender los mundos de pensamiento e equilibrar las creencias que tiene con las identidades de cada uno de los colaboradores con los que compartirá departamento y responsabilidades para tener éxito y ser parte del conjunto. Provocando con la interacción diaria la transformación de identidad tanto propia como la influencia en las de los demás.

Al estar en un nuevo contexto laboral y topar con diferentes formas de percepción de la realidad, Berger y Luckmann (1968) opinan que la trascendencia de transformación de la identidad está medido por el alcance y

“por la complejidad de la división del trabajo y la distribución social concomitante del conocimiento” así como por la “adquisición del conocimiento específico de “roles”, estando éstos directa o indirectamente arraigados en la división del trabajo”, el cual también tendrá una relación continua con el lenguaje profesional que se maneje en la organización y el que tengan de manera informalmente fuera del ámbito laboral para comunicarse entre los diferentes empleados y entre los jefes o encargados de los diferentes departamentos con los colaboradores (p. 6).

La socialización primaria es tan fuerte que cada vez que una persona se enfrenta a un nuevo acontecimiento por lo regular tiende a cuestionar la realidad que vive en el momento con lo aprendido con anterioridad al inicio de la vida, en las formas en que conoció la vida. Un dicho popular que se dice mucho en Guatemala es “cada cabeza es un mundo”, es aplicable a la acción en que cada ser cuenta con una identidad propia pero similar en alguna manera con la de otros, no puede nunca ser igual, pero si parecida. Estas identidades de los demás también han sido aprendidas con la convivencia e influencia de otros. En la socialización secundaria, el individuo suele enfrentarse también con formas de lenguajes distintos, palabras que en otro contexto dan un significado diferente al conocido o con materiales que justifican la identidad de los seres con que se hace una interacción. Por ejemplo, a nivel militar existen códigos de comunicación para dar a entender una actividad o una acción, por medio de medallas y colores se establece el grado de mando de un General, Coronel, Capitán o Teniente que tiene a cargo un grupo de soldados a disposición para realizar una misión en específico. El uniforme cambia dependiendo si es comando de tierra, aire o mar.

Otros ejemplos para mencionar son a nivel diplomático cuando se realiza una actividad entre gobernantes de distintos países, se cuenta con protocolos determinados para los diferentes momentos de interrelación, formas de vestir y hasta maneras distintas para saludar en el momento de un discurso y al finalizarlo para la fotografía oficial. También en un acto oficial, la manera y orden en que se colocan las banderas los diferentes países representados en una

reunión, dependiendo incluso que país es el anfitrión del evento. En la iglesia, según la creencia religiosa, existen símbolos para representar lo sagrado e instrumentos para realizar diferentes ritos, incluso una cruz es símbolo de muerte o de vida según el momento de realizar un culto en la religión que se profesa.

Hasta en el deporte se puede observar la utilización de lenguajes propios según la actividad física que se realiza, el béisbol maneja señales utilizando el cuerpo para comunicar al equipo la realización de una jugada específica. A todo esto, es a lo que se enfrenta una persona cuando tiene contacto con diferentes grupos sociales definidos y empieza a comprender el significado de cada uno en el contexto en que se realiza, por lo que debe adaptarse para conseguir el equilibrio que le permita ser aceptada en la sociedad, lo que le va fortaleciendo o transformando la identidad. Los autores Berger y Luckmann (1968) proponen que la identidad primaria tiene una gran carga emocional porque se ha situado en la consciencia e interioridad de la persona pero que la “mayor parte de la socialización secundaria puede prescindir de esta clase de identificación y proceder efectivamente con la sola dosis de identificación mutua que interviene en cualquier comunicación entre los seres humanos” ya que al conocer a identificarse a sí mismo y a valorizar la diferencia con los demás, logra encontrar otras maneras diferentes de identidades que proponen acciones que la persona encuentra atractivas y que no fueron impuestas con anterioridad según el sistema de comportamiento y conocimiento que le fue aportado (p. 6).

El sentido de sentirse identificado con otra persona o un conjunto puede tener todo tipo de carga, ya sea emocional o de valores con los que se identifica, de creer que en el contacto con las demás personas encuentra realmente una manera de convivir en la que se siente cómodo como ser individual. Por ejemplo una carga emocional y afectiva que provoca una transformación de identidad y valorización hacia otra entidad puede ser una joven que perdió a su papá a causa de una muerte repentina cuando era adolescente, extraña mucho al padre y al iniciar a laborar encuentra a un hombre que se parece en rasgos físicos o de comportamiento a su padre, se identifica con él, con los valores, con la forma en

que la trata y se enamora aunque la ideología de esta persona sea diferente en la que la mujer creció. Pero encuentra en la diferencia una identificación similar con lo que ella valora más en ese momento.

Esto sucede porque en la socialización secundaria se pueden asemejar hilos racionales que identifican roles sociales. También una persona al entender quién es y el rol que tiene en la sociedad, comienza a identificar los roles de los demás sujetos, por lo que comienza a poder disfrazar los modos de comportamiento, aprendiendo a utilizar una manera de hablar dependiendo el lugar, aprende que si se comporta de una manera según la persona que tiene enfrente o una situación específica, tendrá o no la aceptación de la misma y cuando ya es adulto sabe equilibrar entre lo que piensa, lo que desea con las maneras de comportarse de las demás personas, adecuando cada encuentro para mantener una buena relación y hacer que la convivencia sea un éxito. Aunque la identidad siempre será vulnerable a ser transformada por el contacto con los distintos sujetos que lo rodean en la interacción habitual.

Durante la vida cotidiana existen momentos en los que cambios imprevistos provocan dudar de una realidad objetiva, como cuando una persona amada fallece, el familiar se ve afectado por la pérdida de un ser que lo ha acompañado durante la vida, pero que no estará más, ese cambio drástico en el desarrollo diario, es el momento al que Berger y Luckmann (1968) llaman “mantenimiento de rutina y mantenimiento de crisis”. La identidad se mantiene por medio de la frecuencia de hábitos diarios, los cuáles al ser cambiados por alguna situación, facilitan la transformación de la misma y es por medio de “todos o por lo menos la mayoría de los otros que el individuo encuentra en la vida diaria, los que le sirven para reafirmar su realidad subjetiva” (p. 11). Con lo que se puede ejemplificar el caso de las personas que un sujeto se encuentra en un bus de transporte público que utiliza todas las mañanas para ir al trabajo o a los hombres que se localizan pidiendo comida en el mismo lugar en la calle que lo lleva camino a la oficina donde labora, todo esto le recuerda a donde y porque se dirige a un lugar, también que al entrar los compañeros lo llaman por su nombre o apodo, reafirmando la posición que tiene en la institución. Así el

hombre será confirmado del rol que tiene en la sociedad y de la realidad en la que habita cuando regrese al hogar y es saludado por la esposa, los hijos le abrazan y le llaman papá. Es en la vida cotidiana que se afirma la identidad.

Nuevamente para lograr el reforzamiento de la identidad la utilización del lenguaje es vital, ya que, en una confrontación entre personas, la comunicación y tipificación dependiendo la característica de la lengua identifica los roles que cada individuo tiene dentro del conjunto al que pertenece, lo que le permite conservar el conocimiento de la realidad que conoce y en la que se desenvuelve. Esta relación con los demás seres que le rodean en la vida cotidiana, le permiten todos los días recordar quién es y en qué mundo habita. Pero cuando hay un cambio de la habitualidad de la existencia rápidamente identifica una amenaza a la realidad existente, y aunque el hombre puede transformarse, siempre tendrá debido a la socialización primaria que confrontar el cambio que le ocurre con lo que conoce del pasado y allí equilibrar para continuar con normalidad las acciones que debe realizar como miembro activo de la sociedad a la que pertenece. Un ejemplo es cuando un ciudadano guatemalteco viaja a vivir a los Estados Unidos, encuentra otras reglas, hábitos, creencias y lengua, rápidamente para sobrevivir debe adaptarse a los comportamientos sistemáticos exigidos en aquel país, pasará un momento de adaptación en el que desea volver a Guatemala, pero pasados algunos meses logrará transformar la identidad y adaptarse a los nuevos retos.

Un migrante al vivir en otro país recuerda con nostalgia la dinámica y cultura del país de donde proviene, pero al pasar un tiempo necesita encuentros que refuercen la identidad obtenida. Para Berger y Luckmann (1968) “En situaciones de crisis se utilizan esencialmente los mismos procedimientos que para el mantenimiento de rutinas, excepto que las confirmaciones de la realidad tienen que ser explícitas e intensivas” (p. 15). Por ejemplo, el migrante guatemalteco que vive en China para seguir con las creencias religiosas aprendidas en la comunidad donde habitó, debe conseguir algún grupo religioso que realice actos o rituales que le refuercen la creencia, necesita experimentar

acciones en la realidad que lo hagan continuar con el valor del mundo que conoce.

Así también el migrante buscará donde venden comida que le recuerde Guatemala, para poder consumir frijoles, tortillas, crema y plátanos, buscará donde encontrar algún festival de cultura chapina o si la selección de fútbol guatemalteca tiene un juego en algún estado, él comprará un boleto y se movilizará al lugar para observar el juego, ver los colores de la bandera y escuchar el himno nacional, todo esto le producirá recuerdos. Esto le mantendrá y reforzará la identidad durante una crisis, aunque la transformación de la misma esté ocurriendo paulatinamente debido a la necesidad de comportarse según las tradiciones propias del lugar donde reside, ya que esta modificación tiene varios modos, que pueden ser expresiones lingüísticas, forma de vestirse o temas de los que se interesa y la manera que ahora realiza la recreación.

A este tipo de cambios Berger y Luckmann (1968) le llaman "alternaciones", ya que son comportamientos distintos pero la persona físicamente es la misma, la transformación se da cuando ocurre una exigencia radical de necesidad de cambio y los factores externos influyen sobre los internos para comenzar a valorizar como cuando era niño cada una de las realidades que la persona percibe (p. 15). Por ejemplo, cuando una persona ha pasado por un asesinato muchos años en la cárcel, o debido al consumo y portación de drogas ha estado en prisión, pero comienza a encontrar la religión como una opción para la transformación de los hábitos y de por ende de la identidad. Por lo que necesitará de entes que se relacionen con él diariamente para legitimar la nueva realidad que esta absorbiendo.

Sobre el tema de los cambios que debe realizar una persona para adaptarse a un nuevo ambiente y conocimiento de nuevas realidades que lo llevarán a una transformación de identidad, se coincide con Berger y Luckmann (1968) en que "todos los hombres, una vez socializados, resultan en potencia "traidores a sí mismos" (p. 22). El problema interno de esa "traición" se vuelve mucho más complicado si lleva apareado el problema adicional de cuál de sus "yo" es el traicionado en un momento dado, problema que se plantea tan pronto

como la identificación con otros significantes diferentes incluye a otros generalizados diferentes”. Desde que la niñez crea la identidad, que es condicionada por los otros, el ser se acostumbra a seguir las reglas que imponen los padres o los encargados, le obligan a que existen tiempos determinados para realizar acciones diversas, desde despertarse, comer, jugar, descansar hasta con quiénes puede relacionarse, pero quizá el individuo por naturaleza quiere otra cosa, pero identifica que debe traicionarse para ser aceptado en la realidad.

De igual manera esto ocurre en la etapa adulta de las personas, ya que entienden que es necesario traicionarse a sí mismo los deseos que tiene cumplir con métodos de comportamiento que son exigidos en la comunidad donde habita o el lugar donde labora. Algunas veces esta crisis de identidad contiene afectividad que debe ser controlada, pero otras simplemente el individuo logra entender que realiza una actividad en contra de los gustos porque es lo mejor para él en ese momento. Por ejemplo, alguien que no le gusta tomar agua gaseosa porque cree que las compañías de sodas son empresas de ideología capitalista y que producen un producto que daña a los seres humanos, pero en un momento determinado, en una ciudad distinta, después de que el individuo camina decenas de kilómetros por motivos de trabajo o de ocio, bajo un calor intenso, se siente deshidratado y en el único restaurante que existe en el lugar de descanso solo tienen la bebida Coca-Cola. Aunque el individuo no esté de acuerdo con el consumo del producto, la pide y la bebe, ya que entiende de manera racional que es necesario hacerlo para poder continuar y regresar al hogar. El ente se adapta a la situación porque entiende y comprende que, aunque la identidad que tiene esta en contra de este tipo de bebidas, debe hacerlo por su bien en ese momento.

La vida cotidiana con el intercambio y contacto social de todos los seres humanos es la que crea, mantiene o transforma la identidad. Esta “es un fenómeno que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad [...] por ello, puede decirse que la realidad social determina no solo la actividad y la conciencia, sino también, en gran medida, el funcionamiento del organismo” (Berger y Luckmann, 1968, pp. 6, 8). Por lo que cada vez que existe un contacto

entre un ser y otros se produce un efecto mutuo, ya sea en la creación de la identidad, como en el fortalecimiento, o transformación por medio de una alteración de la realidad, como ocurre en la etapa de la niñez por medio de la socialización primaria o en el adulto durante el desarrollo común del día y la adaptabilidad de debe aprender a desarrollar con diferentes individuos y por ende diferentes perspectivas de la realidad.

Resulta imprescindible comprender que detrás de cada persona con la que un ser topa en el diario vivir, tienen datos históricos guardados en la conciencia por medio de las experiencias únicas de cada individuo, según el contacto con la realidad que conoce, la cual puede ser similar pero no igual entre los individuos. Al entender que existe este contenido de información dentro de cada ser, con una identidad específica, será más fácil la comunicación con los diferentes actores sociales con los que la persona tiene contacto en cada momento de la vida, ya que la identidad ha sido producida gracias a la misma sociedad a la que pertenece y que le rodea. La identidad es un acto de internalización que realiza cada persona al entrar en contacto con el mundo que le rodea, conociendo la realidad por medio de la forma en que los demás le permitan percibirla, ya que esta se encuentra predeterminada desde el nacimiento de una persona por un sistema que ha sido creado en cada comunidad para llevar una sana convivencia. El hombre ha tenido que adaptarse a las diferentes maneras de producción para sobrevivir y para ello por necesitará del apoyo de otro ser de similares condiciones para hacer de la vida cotidiana una realidad soportable.

Creación y transformación de identidad

Existen muchos autores y escritores que han desarrollado el tema de identidad, entre los primeros y más relevantes en el inicio de la investigación científica del concepto se puede mencionar a Pensadores como Kant, Sigmund Freud y otros antes mencionan a Descartes, quienes con escritos crearon las bases para tratar el tema de identidad y la diversidad intrínseca de la concepción del significado. Se coincide con varios pensadores modernos que plantean el

término de identidad dentro de variables objetivas y subjetivas, así como en la creencia que la manera de identificar las identidades es por medio de la acción individual del ser dentro del grupo, conjunto, comunidad o sociedad en la que es activa.

El trabajo de Luis Vázquez (1996) y Peter Berger (1982) es importante porque menciona la importancia del conocimiento, en este caso sobre la identidad para “[...] la construcción social de la realidad en general” (Vázquez 1996, p. 786). Luis Vázquez (1996) propone que en el proceso de creación de la identidad está se encuentra influenciada por numerosos factores que rodean la vida de una persona, entre las que menciona la distintas experiencias e interacciones diarias con otros sujetos. A esta dinámica se la conoce como socialización, la cual es diversa y va desde el contacto con la familia, la sociedad en con la que un sujeto convive, hasta la orientación religiosa y las creencias ideológicas de los padres, amigos, compañeros de trabajo o cualquier otro ser con el que interactúa. Vázquez (1996) orienta la opinión de identificación en base a la importancia que tiene la interrelación del individuo con el contexto en el que se relaciona diariamente como fuente generadora para la creación o transformación de la identidad.

Se considera que en relación a la identidad que tiene un sujeto con la institución donde trabaja, es primordial entender la importancia de las relaciones laborales, ya sean positivas o negativas, ya que tendrá una consecuencia en el sentido de pertenencia, solidaridad y productividad, que será mayor o menor según la identificación del colaborador con dicha entidad. Es posible pensar que en el lugar de trabajo donde las identidades comúnmente sufren más transformación, ya que es allí donde muchas personas con regularidad pasan más horas productivas del día que en el hogar. Por eso las personas que tienen diferentes trabajos tienden a manejar distintas identidades y a utilizar el conocimiento de las experiencias adquiridas de una manera estratégica según la realidad a la que se enfrentan. La creación del sentido de pertenencia con el grupo social y laboral en la institución, se dará siempre y cuando se reciba un trato digno, que sea agradable al sujeto.

También se puede considerar que en la diversidad de identidades es donde se encuentra la propia identidad al entrar en contacto con otros. Cuando un ser se relaciona con otros, crea dinámicas de empatía, basadas en intereses y objetivos comunes, los que al coincidir se convierten en colectivos. Al encontrar identidades similares y estar en un conjunto, las personas que tienen un algún tipo de poder o control sobre otro individuo tienen un grado influencia mayor para la transformación de la identidad. Es posible que mientras más colaboradores en una institución posean más similitudes en busca de un mismo objetivo, la posibilidad de éxito y de una mayor productividad crecerá, beneficiando a la institución. Siempre con la condicionante de la diferencia que existe entre cada ser humano debido a la propia experiencia de vida que tiene cada sujeto.

Así mismo un entendimiento, afinidad y mutua colaboración entre jefe y colaborador en una institución, más un ambiente de trabajo agradable, facilita trabajar en conjunto por alcanzar las metas planteadas, lo que apoyará el crecimiento de todas las personas y esto a su vez ayudará lograr una identificación solidaria con la organización. Un ejemplo es que en varias investigaciones de entidades que se dedican a la especialización en recursos humanos, encuentran que la mayoría de entidades que logran los mejores resultados a corto tiempo, cumpliendo los objetivos planteados, son las que cuentan con colaboradores que poseen un mayor grado de similitudes de identidad.

Un ejemplo actual de Guatemala que para muchos escritores no es lo más correcto pero que gerentes de varias empresas lo están desarrollando, se trata en que varios jefes de departamentos específicos en empresas solicitan contratar personal que haya estudiado en la misma universidad, en alguna academia similar o que tienen una característica en común que los acerca, esto para facilitar la dinámica y comunicación. Otro ejemplo es el éxito a nivel deportivo obtenido por el Deportivo Guastatoya, equipo subcampeón en el 2015 en la Liga Nacional de Fútbol de Guatemala, que compitió con el presupuesto de funcionamiento más bajo de los 12 clubes profesionales que integraron la

competición. Periodistas especializados en deporte, directivos, jugadores y aficionados coinciden que el éxito se debió a que existía un grado de identidad y pertenencia al departamento y comunidad que representaban al momento de jugar, ya que más del 80% de los miembros de la institución, eran nacidos en el departamento de Guastatoya, y más del 90% vivían en el lugar, tenían a la familia cerca y se identificaban con el alcalde y Municipalidad, ya que era uno de los principales patrocinadores del equipo.

Se presupone como Luis Vázquez (1996) en la importancia que tiene la interacción de un sujeto con los compañeros de trabajo, de equipo, de zona geográfica donde habita, por ser generador o transformador de valores e ideales y con ello de identidades. Toda actividad que realiza un individuo ya sea social, deportiva, profesional, laboral, de creencia religiosa o de estudio, le marca para siempre, dejándole una huella en la dinámica de la concepción que tiene de la realidad y la manera de desarrollar las acciones que demuestran la identidad que posee. La interacción que tiene una persona con más seres humanos, con similitudes y diferencias individuales provoca que la identidad pueda transformarse.

Esto debido a que la naturaleza en la creación de identidades depende de la mezcla de diversas experiencias pero que son recibidas por otros sujetos con identidades que también fueron formadas durante interacción con otros seres. Se supone al igual que Luis Vázquez (1996) en que la dinámica social del trabajo involucra a la persona en diferentes esquemas sociales dentro de la comunidad a la que pertenece. Lo que provoca en los sujetos un sentido de pertenencia que varía según la interacción en la labor que realiza y se fortalece en el trato continuo con otros individuos que laboran en la misma entidad.

Según Luis Vázquez (1996), el hombre “mediante el ejercicio cotidiano del trabajo, aquél participa en nuevas maneras de hacer las cosas, de relacionarse y de organizarse, originando con ellos formas de identificarse, por una parte, en relación con la actividad que realiza y, por otra, con aquellos con quienes comparte su lugar en la producción y en la sociedad a la que pertenecen”. Las personas, al compartir valores y experiencias en diferentes áreas y grupos

sociales, le permiten encontrar y coincidir con más entes similares a él, ya sea en actividades laborales, políticas, económicas, religiosas, deportivas o cualquier otro tipo, que lo hacen fortalecer identidades. Esto le apoya a ser parte de grupos e integrarse con éxito a la colectividad de una sociedad, la cual está integrada por diversos grupos con diferente identidad, pero en un mismo conjunto que crea un nuevo ente social. Se coincide con Luis Vázquez (1996) que en el momento en que una persona se identifica con un grupo al mismo tiempo crea diferencias con otro. El individuo reconoce con quienes comparte similitudes y con los que tiene divergencias al momento de ser parte de un conjunto social.

Un ejemplo es cuando en el fútbol existen dos equipos del mismo lugar, en este caso menciono al CSD Municipal y Club Comunicaciones de Guatemala, ambos clubes con sede en la capital, los aficionados que se identifican con los rojos del Municipal y eligen apoyarlos, se convierten inmediatamente en enemigos deportivos de los admiradores cremas del Comunicaciones y se diferencian por la falta de agrado o simpatía. Pero en el momento que en que existe un torneo internacional de fútbol y el entrenador de la Selección Nacional de Guatemala, convoca a jugadores de ambos equipos para jugar un partido contra la Selección Nacional de Honduras, los seguidores de ambas instituciones dejan las diferencias y crean una nueva identidad y conjunto de apoyo al representativo del mismo país e inmediatamente crean una diferencia con los seguidores hondureños que apoyan al otro conjunto.

Es necesario mencionar a la familia como ente de creación de identidad. Esta pertenencia familiar al mismo tiempo agrega compromiso y disponibilidad al colaborador con la institución para la que trabaja, debido a que otras personas dependen del ingreso económico que el individuo percibe y que con esto mantiene el bienestar de las personas que ama. Otro valor que tiene la identidad, es el orgullo de pertenencia que tiene un sujeto al desarrollar una actividad que le gusta y apasiona, ya que la acción se disfruta y generalmente se realiza con el conocimiento de experiencias pasadas. Se puede encontrar en muchos casos a personas que, aunque no tienen el mejor ambiente laboral en el

trabajo, como tienen la responsabilidad de mantener una familia, aguantan malos tratos y un mal pago, pero al no contar con otra oportunidad de trabajo en ese momento, no renuncian, lo que hace también ser menos productivos.

También existen ejemplos de personas con éxito profesional que, aunque no activan en trabajos comunes o de gran reconocimiento en la sociedad que pertenecen, realizan actividades que les apasiona y logran el triunfar, manteniendo una identidad propia y generando la transformación de otras que se adhieren a ellos. Un ejemplo es la historia de Juan José Nájera, promotor de Zumba en Guatemala, una manera de hacer ejercicio, por medio del baile. Al inicio Zumba no era muy conocido en el país, pero Juan José se identificó con esta actividad influenciada en el éxito que conoció que tenía en otros países. Por lo que se preparó, capacitó y se identificó con el grupo social que realiza esta actividad física alrededor del mundo. En la actualidad esta práctica se realiza en toda la nación. Juan José disfruta lo que hace, creando hábitos de vida saludable y una nueva identidad en la sociedad guatemalteca.

La interacción de un ser humano con diversidad de grupos sociales es una oportunidad de crecimiento personal, ya que en los distintos conjuntos los intereses individuales son diversos, lo que permiten a una persona encontrar identidades con las que se siente parte elegir ser parte para iniciar una dinámica colectiva. Los sociólogos Berger y Luckmann (1968), proponen que la identidad está compuesta de factores subjetivos, intersubjetivos y de objetividad concreta. Esta objetividad concreta es la que se identifica por medio de las acciones de la persona y la que hace que la identidad sea racional. Si una persona ha ejecutado un deporte individual o de conjunto, los hábitos y valores adquiridos durante la práctica le han dejado una serie de enseñanzas debido a la diversidad de experiencias y a la interacción con los compañeros de equipo o los contrarios a los que se ha enfrentado.

Por lo que cuando el sujeto realiza la labor de entrenador del deporte que práctico, se ve fortalecido en la actividad que enseña y tiende a desarrollar con mayor compromiso el trabajo, ya que tiene identidad por la actividad, sin importar si realiza la labor en una institución profesional o de beneficencia.

Vázquez (1996) afirma que las acciones son la manera de expresar y mostrar la identidad, por ende, la identificación que las personas tienen con la organización a la que pertenecen. El escritor menciona ideas del sociólogo Alain Touraine (1978 y 1987), en las que concluye que las acciones de los sujetos tienen relación con el grado de poder que ejercen en un grupo social o en el grado de poder que ejecutan sobre ellos.

Identidad colectiva

Según Hassan Rachik (2006), la identidad colectiva clasifica a las personas según el grupo social en el que participan, para esto propone indicadores que van desde rasgos culturales, hasta geográficos y de nacionalidad o ideología en política y creencias religiosas, también menciona los bienes colectivos con que cuentan las personas y los grupos sociales entre los que interactúan. Este autor menciona que en la clasificación que sufre un individuo por la sociedad según la identidad que tiene, le exige obligaciones de comportamiento social, condicionados por quién o quiénes tienen algún tipo de poder sobre el sujeto.

En sentido colectivo, desde el momento que todo ente pertenece a un grupo tiene reglas establecidas a seguir, responsabilidades y obligaciones, que tienden a depender de decisiones de autoridades superiores que exigen una manera de comportamiento y para realizar toda acción. Se puede mencionar el caso del trabajador gubernamental que antes de ingresar a laborar en una institución del Estado, tiene la libertad de elegir si acepta o no las condiciones laborales actuales en el gobierno de Guatemala. La mayoría de entidades actualmente contratan al personal por servicios profesionales, por lo que exigen la entrega de facturas por la prestación de un servicio, sin ningún otro tipo de beneficio más que el salario. Sin embargo, exigen horarios de trabajo y delegan responsabilidades como cualquier otro colaborador que se encuentra en planilla.

En la dinámica de la identidad colectiva es indispensable manejar una buena estrategia de comunicación para lograr un buen entendimiento debido a la diversidad de los conjuntos. En lo institucional la fluidez en la comunicación

interna y externa, logra superar cualquier problema interacción social dentro del organismo y una mejor percepción de la sociedad del trabajo que realizan los colaboradores gubernamentales. Se considera que, si la comunicación interna logra identificar y promover un tema unificador en el grupo de colaboradores, estos trabajarán de una manera más eficiente para lograr con éxito los objetivos y responsabilidades asignadas, ya que se sienten que están obteniendo un crecimiento individual que ayuda a la progresión colectiva. En la actualidad son muchos los países que crean identidad por medio del concepto de nacionalismo, al promover amor por el país. En las instituciones de gobierno esto es importante para hacer sentir a los colaboradores que con el trabajo que realizan, apoyan al desarrollo de la nación.

Identidad Blanda e Identidad Dura

Para el estudio de la identidad es importante tomar en cuenta los términos Identidad Dura e Identidad Blanda que Hassan Rachik (2006) proyecta. La Identidad Blanda la identifica como algo subjetivo poniendo de ejemplo estereotipos que surgen en base a un punto de vista ideológico de las cosas, algo relativo y plural. La Identidad Dura se da con acciones objetivas y más estructuradas, que ayudan a crear identidades colectivas regularmente producidas por un grupo que cuenta con poder y control social. Rachik (2006) sugiere conocer el modelo árabe como ejemplo del término de la utilización del concepto nacionalismo en la creación de identidad, ya que los países que pertenecen a este conjunto. Por ejemplo, el autor dice que, “La identidad de un grupo social estaría basada en su identidad cultural” (Rachik 2006, p. 16). A pesar de contar con distintas creencias religiosas y de diferentes formas de lenguaje, los une el hecho de pertenencia a la misma cultura, promoviendo el valor de lealtad a las costumbres y hábitos que realizan en la región.

La llamada Identidad Dura en muchos casos busca evitar cualquier indicio de conflictividad en un grupo social, buscando la unidad entre diversos grupos sociales por medio de una acción colectiva unificadora. Esta identidad acciona en la importancia de encontrar cosas comunes entre distintos grupos, que a las

diferencias que provocan distancia en la sociedad. Así mismo valora la homogenización cultural y utiliza el nacionalismo para conseguirlo. Sin entrar en detalles, en Guatemala el tema del genocidio ha iniciado un nuevo debate entre la sociedad guatemalteca y un conflicto ideológico por la situación que se vivió por la guerra civil. Organizaciones nacionales e internacionales de derechos humanos mantienen una acusación formal en contra del General Efraín Ríos Montt acusándolo de genocida.

Al momento del inicio del juicio, el poder económico del país, representado por CACIF, mandó un mensaje contundente en rechazo al concepto de Genocidio y empezó una campaña mediática de comunicación. La campaña utilizó imágenes para que la ciudadanía se identificará al ex presidente no como alguien sanguinario, sino como un héroe quien luchó contra el comunismo. Aunque la iniciativa privada no es militar, se identificó con una causa y creó un grupo de defensa por medio de una sistematización de mensajes mediáticos que buscaron articular aspectos en común con agentes sociales importantes, para buscar la unidad en beneficio del tema que les interesaba, mostrando el poder que ejerce sobre la sociedad del país. “Cualquier identidad colectiva no se contenta únicamente con decir lo que uno es sino también lo que se debe hacer”. (Rachik 2006, p. 11).

Identidad imperativa e identidad selectiva

Rachik (2006) menciona dos manifestaciones de identidad con los nombres de Imperativa y Selectiva. La diferencia entre ambas es que en la Identidad Imperativa el individuo interacciona con un medio que lo obliga y condiciona a comportarse de una manera, sin dejar libertad individual para centralizar el control. Mientras que la selectiva no necesita del control total, permite una mayor libertad a las personas, pero utiliza cosas físicas para unificar la identidad en un grupo específico, por ejemplo, la utilización de objetos religiosos, una vestimenta o un color, etc. La Identidad Imperativa o Selectiva busca lo mismo, que es transformar de manera individual a la persona para convertirla en parte de un grupo y proporcionándole identidad dentro de un

grupo social, solo que utilizando formas diferentes para conseguirlo. Una con mayor libertad individual que la otra.

Para el autor las personas durante la interacción con diversas comunidades que le obliga que decir y hacer acciones condicionadas, a obligar una manera de pensar y actuar, logran de manera subjetiva y objetiva un comportamiento del ser humano, que produce el modelo de identidad que desean los individuos. En Venezuela durante los últimos años de gobierno del ex presidente Hugo Chávez, desarrolló en las escuelas públicas un pensum de estudio, con el que educaba a los niños con conceptos que fortalecían el valor de la revolución bolivariana y del sistema político con el que pretendía gobernar.

Hassan Rachik (2006) plantea que la pertenencia a un grupo social a la vez lo separa de los demás grupos. Al momento que una persona entra en un conjunto social específico, crea una diferencia inmediata con las identidades a las que no pertenece. Se piensa como el autor, en que la identidad se forma en el momento en que el ser interactúa con otro dentro del grupo social donde se desenvuelve o al que ya pertenece por diversas razones sin opción de elegir. Cuando se crea pertenencia a un grupo derivado de las semejanzas entre los sujetos, se crea una nueva identidad colectiva, pero desarrolla diferencias con los demás grupos de la sociedad. Las diferencias también identifican a los diferentes conjuntos de la sociedad. El autor plantea que la identidad selectiva acciona en la búsqueda libre de grupos sociales con los que un individuo se identifica. En la diversidad entre las diferencias y semejanzas, al momento de coincidir en algún punto en común crea una nueva comunidad. Al tener mayor número de conjuntos de identidades, se desarrollan mayores oportunidades de transformación de identidad y la creación de nuevos grupos una misma comunidad.

Identidad social

Para los autores Andrés de Francisco y Fernando Aguiar (2003), la identidad es una acción social, y solo en el ejercicio de la misma es posible identificarla. Ambos dividen la identidad social en dos maneras para identificarla,

una por medio de los intereses que tiene el ser humano, así como en las preferencias que tiene un individuo, pero condicionadas por las experiencias acumuladas en el transcurso de la vida, en donde la acción que realiza un individuo tiene un motivo específico que fue asimilado con anterioridad debido a las interacciones con otros. La otra manera que mencionan los autores para identificar la identidad nacional es por medio de sistemas funcionales que son impuestos en toda sociedad para la convivencia exitosa entre todos los miembros y es donde se refieren a las normas y valores colectivos (Francisco y Aguiar, 2003).

Por lo que resumen que la identidad social de toda persona es el conjunto total de las preferencias, los intereses, valores y normas, encajados en un ser individual. Por lo que los autores nombran la habilidad que tiene todo ser humano para nivelar sus deseos con las maneras de comportamiento para mantener siempre el equilibrio para una sana convivencia en general con la sociedad a la que se enfrenta (p. 10). Los autores mencionan la importancia que para el estudio de la identidad social tiene el concepto de identidad de grupo, la que se crea por medio de la relación con otro ser. Para Francisco y Aguiar, así como otros autores como Will Kymlicka (1996, obra *Ciudadanía Multicultural*), la definición de identidad tiene muchas descripciones y maneras de ser llamada, pero se concuerda con ellos en que la mejor manera de llamar a esta acción es como: identidad social, ya que, desde un punto de vista amplio, cada persona actúa según la sociedad en la que habita.

Como ejemplo de lo que expongo es el ejemplo del comportamiento de la población migrante de Guatemala en el país de los Estados Unidos, en el que el comportamiento y acciones de respeto a las reglas o leyes de aquel país, afectan la identidad de los guatemaltecos que residen en los diferentes estados de la nación del norte. Afecta y transforma la identidad creada en Guatemala, adaptando las acciones a una nueva manera de identidad social, para ser aceptado. Y esta nueva forma de identidad social sufre también un cambio cuando visitan de vuelta el país de origen.

Son muchos los autores que proponen diferentes nombres de creación de identidad llamándoles identidad cultural, identidad nacional, entre otras, pero la mayoría coinciden en que la identidad surge con la sociabilidad del ser humano y es por ello que el autor concuerda que la mejor definición es identidad social, porque engloba el conjunto de las demás definiciones que comparten diversidad de autores de todo el mundo y de diferentes épocas de la historia. La importancia que tiene para un hombre conocer la identidad y distintas identidades que ha tenido durante la vida, se puede pensar que lo hace descubrir el rol que tiene dentro de la sociedad donde convive, lo vuelve un ser consciente y objetivo de las tareas que realiza y le ayuda a evolucionar en beneficio propio y en beneficio de la colectividad a la que pertenece.

Se necesita mencionar que al coincidir con de Francisco y Aguiar la identidad social es una manera de equilibrar los intereses y deseos con la racionalidad de entender que existen normas y valores que exigen una manera de accionar en el grupo donde se pertenece, llegando a la conclusión que estos factores son los condicionantes de todo comportamiento que se comparte en acciones junto con otros individuos. Después de leer a varios autores de sociología, se puede decir que la identidad se vuelve un aspecto estratégico de cada persona ya que al compartir dentro de diversos grupos se actúa de la manera que se es mejor aceptado por los otros.

Formación de identidad en Guatemala

Sobre este tipo de comportamiento y utilización de la identidad de manera estratégica que tiene hacer toda persona, se presupone como Miquel Asina (1998-99) en que “todo ser humano es susceptible a ser socializado y en este proceso se construyen las identidades”, las cuáles son variadas según el entorno de cada momento (p. 11). El autor propone que la identidad al ser una reciprocidad entre el “yo” y el “otro”, es flexible y entenderlo, así como aceptarlo es la mejor manera en el crecimiento de un ser de evitar ser manipulado por entes de poder que toda sociedad tiene, ya que el estudio de manipulación mediática, conlleva tocar el punto de importancia que tienen las nuevas

tecnologías de comunicación en la nueva era. Ya que la comunicación cada vez es más global y la información de distintas formas de comportamientos o creencias culturales se expanden con mayor facilidad y rapidez.

Asina (1998-99) opina que la aceptación de la concepción de identidad debe verse como un tema múltiple y no encajarlo en una sola forma, ya que, en la actualidad con el desarrollo del internet y la facilidad de las redes sociales electrónicas, se logra comunicación entre individuos de todo el mundo al instante, sin importar el origen geográfico. Por esto en la actualidad se está iniciando una crisis de aspectos identidad comunitaria o social con las que generaciones pasadas han coexistido. Luego análisis de la idea presentada por el autor, estos nuevos medios de comunicación electrónicos cada vez más modernos y veloces, están permitiendo encontrar otros mecanismos que proveen de información ilimitada a los usuarios, quienes comienzan a cuestionarse si la manera en que ellos conviven en la sociedad, realmente es la mejora manera en la que ellos desean desarrollar las acciones humanas o si son lo que de manera racional ellos desean y no ha sido solo impuesta una identidad de comportamiento social, ajena a los verdaderos intereses como individuo.

Al entender que la identidad le da sentido a la persona para comportarse de mejor manera con el entorno que lo rodea, la modernidad y globalización, hace que en el siglo XXI las identidades estén en constante cambio e incluso una persona pueda elegir como actuar y buscar un nuevo grupo o conjunto de personas en donde considera se siente identificado y quiera pertenecer. Asina (1998-99) también habla acerca de cómo las nuevas tendencias de comunicación con facilidad se instalan en una comunidad y crean cambios de identidad social, lo que crea cambios sociales. De esta manera el autor menciona a escritores como Berger y Luckmann, indicando el valor que debe darse a la atención de los mensajes e información que producen y transmiten en la actualidad los medios de comunicación, ya que la recepción de los mismos cada vez es de mayor alcance dentro de cualquier comunidad, lo que tiene un alto impacto mediático en la transformación de identidades formadas y no darle

la importancia que tiene sería no estar preparados para una evolución y cambios de identidad que están ocurriendo en la mayoría de sociedades en el mundo.

En este punto se opina que estos cambios sociales también vienen de la mano del desarrollo de una mejor educación y mayores oportunidades para entrar a este conjunto de ciudadanos que tienen la oportunidad de estudiar, lo que es vital en toda sociedad para la facilitación de la habilidad de la utilización de las nuevas tecnologías de comunicación. La educación junto a la facilitación del manejo de la tecnología, crea un mayor desarrollo del pensamiento crítico, lo que en muchas ocasiones cuestiona la identidad individual y colectiva que toda persona y la práctica de las acciones a las que está acostumbrado a realizar.

Los mejores ejemplos que encontramos en la actualidad son las movilizaciones de la sociedad civil en Latinoamérica, que pide la renuncia de autoridades de gobierno, debido a casos de corrupción, que muchos han sido descubiertos y presentados por periodismo local o internacional. Estas movilizaciones han sido organizadas por medio de redes sociales, invitaciones de eventos por Facebook, tendencias de mensajes por Twitter, han sido claves para lograr una nueva identidad virtual, que luego se desarrolla y encuentra su mayor punto de transformación en la acción humana, cuando la persona acciona conforme las indicaciones con las que ha concordado en esta red social virtual. Este tipo de comunicación de redes ha logrado cambiar hábitos violentos, mandando el mensaje de que las actividades de movilización se realicen de manera pacífica, cambiando la manera de actuar que ha identificado a varias de las sociedades que han enfrentado conflictos armados internos, como Guatemala, Honduras o El Salvador y que en los últimos meses los ciudadanos han realizado movilizaciones pacíficas porque ya no quieren ser identificados con más actos de violencia.

Estos casos de corrupción han existido por muchos años, pero la actual facilitación de transmisión y recepción de información, produce una transformación en la identidad, principalmente de la juventud latinoamericana que ha creado una nueva identidad de participación ciudadana activa, comenzando su actuar por medio de la comunicación en redes sociales. Lo que

ha servido para unir a miles de ciudadanos y expresar su inconformidad a formas de proceder de gobiernos que antes parecía imposible cuestionar la actuación y velar por el cumplimiento de las promesas de campaña política en beneficio de la mayoría de la sociedad.

Se analiza una forma de ver el pensamiento del autor sobre la creación de nuevas identidades dentro de varias sociedades debido a los nuevos medios de comunicación, es que estos mecanismos de comunicación social, permiten expresar con libertad los intereses individuales como en el caso de la juventud en Guatemala, que se identifica con un el tema de transparencia para acabar con la corrupción institucional como inicio para tener cambios sociales que beneficien a consolidar el trabajo por mejorar la realidad del país. Un ejemplo es la constante demanda de inversión del Estado en los temas de salud y educación que se hace por medio de redes sociales y la indignación por medio de señalar cualquier acto de corrupción que perjudica esta falta de inversión que exigen, volviendo una noticia o una petición social, como un tema principal y de importancia de Estado que ha provocado el pronunciamiento incluso del Presidente de la República.

Asina (1998-99), quien también referencia al escritor Castells (1998), llama atención a la sociedad de la información, a esta forma de comunicación virtual, que aproxima cada vez más grupos extensos de personas, por medio de un tema específico que los une en común, creando con esto una nueva identidad social. También hacen mención de varios tipos de identidades que existen y que hay que identificar, las cuales manejan los mensajes en los medios de comunicación con diferentes objetivos para la creación y mantenimiento de identidades en los receptores, cada uno con su propia agenda de interés.

Es importante recordar en este punto que todo medio de comunicación para subsistir es manejado en la mayoría de veces como una empresa, por lo cual los dueños de todo medio lo crean con un objetivo planificado y solo expondrán información con temas que los beneficie, por ende, que no les perjudique y que sea de interés social, para el grupo objetivo al que dirigen los mensajes. Como explicó Richard Shaw (2015) en varias exposiciones realizadas

durante el transcurso de las clases que imparte en la Universidad Galileo en Guatemala, cuando concluía que hay que entender y tener claro que todo medio de comunicación responde a un interés económico, político, económico o militar (2015, ver bibliografía p. 144).

Es trascendental en la actual era de la facilidad de información, buscar a que intereses responde el medio del que se recibe información para dar el valor que merece el mensaje que se recibe. Esto se puede identificar de varias maneras, pero las que a la experiencia personal del autor más le han servido, es verificar quiénes son los dueños, a que se dedican, así como que clase de patrocinadores o anunciantes posee, que expresa mediante el editorial, la ideología y estilo de los reporteros, presentadores, escritores, locutores y columnistas, esto dependiendo del canal que utiliza el medio para mandar los mensajes.

Se comparte con Asina (1998-99) y Castells (1998) en plantear que existen múltiples tipos de identidades que utilizan los medios de comunicación para mandar mensajes que tienen un alto valor en la creación, conservación o transformación de la identidad en el receptor. Estas identidades pueden ser aquellas que tienen algún tipo de dominación económica, política, religiosa o de cualquier otro tipo sobre la sociedad, a lo que se agrega, que, con la globalización de la información, estas pueden ser entes de dominación tanto nacional como internacional. También pueden ser mensajes que envíen las personas que encuentran una unidad en la identidad contra quiénes han tenido y tienen la dominación social, en cada uno de los tipos mencionados en el párrafo anterior.

Así como aquellas nuevas identidades sociales que están trabajando por crear y transformar nuevos valores, buscando localizar las identidades que se identifiquen con ellos. Se piensa que la identidad siempre es vulnerable a la transformación, depende de la constante interacción con los diferentes contextos y si esta cambia, seguramente la identidad de la persona cambiará para adaptarse mejor al medio donde convive diariamente. Se considera que la globalización de la comunicación está creando cambios sociales que tendrán

como consecuencia en la historia de la humanidad, desde cambiar la manera de hacer política hasta negocios, por la creación de nuevos grupos de identidades que quieren una manera diferente de coexistencia y costumbres a la actual.

Como ejemplo podemos mencionar cambios en la juventud que grupos locales en varios departamentos de Guatemala tienen en la actualidad ya que en varias comunidades indígenas que se conocen por la utilización del traje típico de aquellos lugares, actualmente se pueden ver hombres y mujeres portando camisas o suéteres con logotipos de equipos de fútbol americano, deporte creado para el entretenimiento de la sociedad estadounidense. De igual manera se puede ver en la ciudad de Guatemala una cantidad mayor de personas portando camisolas de equipos del fútbol español cuando juega el Real Madrid o el FC Barcelona, que vistiendo camisas de los equipos del CSD Municipal o del Club Comunicaciones de la liga local del país.

Estos mercados de entretenimiento en Estados Unidos y España, tienen un alto grado de inversión en marketing deportivo y crean estrategias de comunicación para llegar a la mayor cantidad de personas en el mundo, aprovechando lo más que pueden las bondades de las ventajas del internet y redes sociales para la creación identidad. Asina (1998-99) llama “sociedad red” a esta nueva manera de sociedades que se crean a través de la tecnología de las nuevas redes de comunicación, y se coincide con el autor en que las excesivas fuentes de información actuales, eliminan las identidades locales en las diferentes comunidades. El autor opina que las entidades que tengan una mayor facilitación para utilizar los avances tecnológicos en comunicación, serán quienes puedan tener una nueva manera de control sobre la sociedad por medio de la creación y transformación de identidades sociales, ya que en la actualidad la mayoría de los grupos de la sociedad se encuentran contruidos por medio de características heredadas en la coexistencia de costumbres que han sido legados de generación en generación. Esta nueva tendencia de tecnologías de comunicación con tanta información de otras culturas creará una nueva transformación cultural en la mayoría de sociedades en todo el mundo.

Se considera que la información debe ser manejada de manera estratégica y que en la actualidad se debe invertir en el rubro de la comunicación por medio de la web y redes para conseguir con mayor probabilidad resultados positivos en el grupo objetivo receptor de mensajes, acorde a los intereses específicos que se tienen. Por lo que acuerdo con Miquel Asina (1998-1999) en que “Las identidades son un tema crucial, ya que en la era de la información el poder gira en torno a los códigos culturales de la sociedad y las identidades construyen intereses, valores y proyectos en torno a sus experiencias”.

Un ejemplo de esto, es la manera actual en que varias campañas políticas se han ido desarrollando, en donde la utilización de redes sociales ha tenido un impacto positivo o negativo en los resultados finales, así como los medios de información digitales que logran en minutos convertir viral un hecho. Se piensa por la experiencia obtenida en el campo laboral, que al hablar con varios encargados de llevar la comunicación a personas que se dedican a la política partidista, cada vez estos invierten más en el rubro de comunicación por medio de redes sociales. Varios noticieros internacionales han presentado noticias de partidos políticos que contratan agencias informativas, para que les envíen un examen detallado de información con datos precisos sobre las preferencias de los temas de interés del grupo social al que quieren hacer llegar los mensajes.

Son muchos los medios de noticias que indican el crecimiento de agencias que recaban y coleccionan los intereses y necesidades de los usuarios de la red, compartiendo los resultados con los distintos encargados de estrategia de comunicación de políticos, para la creación de discursos más efectivos y la utilizando palabras que aceleren la identificación del receptor con el expositor. Por ejemplo, también encontramos por internet nuevas tendencias de comunicación que políticos utilizan para acercarse a los potenciales votantes, presentando la opción de una comunicación en vivo por redes sociales que permite un gran alcance, para hablar y contestar mensajes al instante a los seguidores por un tiempo específico.

Hay información acerca de la manera que partidos políticos en países muy desarrollados y con alto nivel tecnológico, contratan a empresas que se dedican a codificar información sobre la tendencia de búsquedas y temas que los usuarios del internet y de las redes sociales realizan con frecuencia. También empresas y distintos tipos de asociaciones civiles pagan grandes cantidades de dinero por obtener la huella virtual que el usuario deja al utilizar sitios por internet, para obtener ventajas competitivas sobre la competencia y con ello lograr identificar la identidad de los diferentes grupos que utilizan un medio.

En este mundo de comunicación por redes, empresas como Facebook y Twitter, están en constante evolución crecimientos de servicios, que permiten acercar cada vez a más personas con intereses similares en todo el mundo, facilitando la creando de nuevos grupos sociales y con ello nuevas identidades. En una situación distinta pero con un objetivo similar de querer la aprobación del grupo objetivo receptor del mensaje, un buen ejemplo de utilización de comunicación estratégica es cuando un artista o deportista da una entrevista a un medio de un país donde no es originario, pero antes revisa por medio de las redes sociales lo que varias personas están publicando y manda un saludo utilizando las palabras más destacadas que encontró o busca un suceso de impacto que está ocurriendo y es de interés de los receptores, realizando una expresión de solidaridad con el grupo que recibe la información. Otra situación importante de mencionar es la ayuda que las nuevas tecnologías de comunicación aportan para un mejor entendimiento entre personas de diferentes países, idiomas y costumbres culturales, en donde pongo de ejemplo aspectos económicos en donde la facilitación de información agiliza negocios a nivel mundial.

La palabra identidad ha sido conceptualizada por varios autores de distintas maneras, sin embargo, para Pascual Martínez (1978), el planteamiento que se le ha dado al término, debe ser examinado de una manera más profunda debido a la naturaleza del ser humano, al cual pretende que sea visto por los rasgos únicos e individuales que contiene. Se piensa como el autor, en que toda persona ha recibido distintos tipos de experiencias, interacciones sociales

desarrolladas en diferentes contextos, tiempos y es imposible lograr una igualdad de identidad absoluta entre individuos y lo que sí es posible es tener parciales similitudes de identidad que permiten desarrollar grupos sociales que coinciden en preferencias, ideas o acciones en común, creando diversidad de conjuntos dentro de la sociedad.

Martínez habla de la identidad como el conocimiento que tiene la persona de sí mismo, lo que la persona entiende que es y del conocimiento de los sujetos que están alrededor. Este autor concuerda con Martínez en que no existe igualdad de identidad, pero sí que existen identidades parciales parecidas entre varias personas, las que no tienen que armonizar en todo, pero se encuentran en un punto determinado debido a los asuntos similares de interés que los unen, los que cuáles pueden ser varios temas o uno solo pero que los hace parte de un mismo grupo y les da una identidad social. Por naturaleza humana al existir distintas identidades y accionar de manera individual, siempre se crearán grupos que comparten intereses comunes según las necesidades de quienes los integran y al mismo tiempo grupos diversos en contra de otro grupo que posee una identidad distinta, cada uno debido a la manera en que la obtuvo.

Un ejemplo en Guatemala de la variedad de coincidencias y diferencias que tienen las distintas identidades son el diputado Álvaro Velásquez del partido Convergencia con ideología de izquierda y el diputado Felipe Alejos, del partido Todos con formación en ideología de la derecha guatemalteca. Ambos coinciden en que son políticos guatemaltecos y trabajan en el Congreso de la República, pero tiene distinta manera de concepción ideológica. Lo que los une por una parte los separa por otra. Otro ejemplo en la realidad guatemalteca es la unidad de las distintas organizaciones civiles de juventud que se logró experimentar en las manifestaciones pacíficas en contra de la corrupción en el mes de abril del año 2015 en la Plaza de la Constitución en la zona 1 de la ciudad de Guatemala. En donde liderazgos juveniles como el caso de Pedro Cruz, identificado como una persona que lucha por temas pro vida y muy ligado a la religión católica, como Coordinador General de la asociación Jóvenes por Guatemala se une por un mismo tema que lo identifica con la asociación Red por la Integridad, liderada

por Alma Aguilar, conocida por la lucha social integradora y defensora de los derechos de la diversidad sexual. Ambos con diferente ideología, pero identificados de manera similar por el tema de la lucha por la transparencia en contra la corrupción que los liga un grupo social que pide la transformación del sistema político en el país centroamericano.

El autor Martínez (1978) propone utilizar aspectos cualitativos y cuantitativos para identificar las diferentes identidades por las semejanzas que adhieren a las personas a un grupo social y las diferencias que los separan y los articulan a otros al mismo tiempo. Ejemplos de los aspectos cualitativos y cuantitativos que semejan y diferencias las identidades se pueden mencionar a las personas que ejercen como alcaldes en Guatemala, pero en diferentes departamentos que fueron elegidos utilizando distinto partido político. En la cabecera departamental existe un gobernador y un alcalde, pero con diferentes funciones.

Creación de percepción pública

Teorías de la comunicación de masas

El tema de las teorías de comunicación de masas en la era moderna es parte del ambiente que genera y fortalece identidad, tanto de manera social como individual, ya que los medios de comunicación son generadores de opinión pública, crea una percepción de la realidad que presentan a la audiencia, la que es afectada al recibir información. Ya sea por radio, televisión, prensa y ahora por el internet, los medios de comunicación muestran una o varias realidades de un hecho, según el interés propio de la institución. Para Richard (2014) en el curso de Teoría de Comunicación de Masas impartido en la Universidad Galileo, propone que es primordial entender que los medios informativos son empresas que responden a intereses económicos, políticos, militares o religiosos y por lo mismo no presentarán una información que afecte la ideología de los dueños, así como los intereses de los patrocinadores (ver bibliografía p. 144). Para Shaw el objetivo propio de los medios no es decir solo lo que una situación es, sino lo que quieren que el público piense de la circunstancia que presentan. Por eso se dice que son creadores de realidades, porque el vasto grupo de receptores solo escuchan, miran y la conocen las realidades que les es presentada.

La mayoría de medios de comunicación son entidades lucrativas que tienen una identidad y manera de actuar, lo que los hace diferentes en el mercado competitivo de la comunicación, permitiéndoles atraer de esta manera al grupo objetivo de personas de una comunidad que tienen intereses en común. La información que transmiten es tratada por un grupo de individuos designados para esa función, un equipo se encarga de darle forma a los hechos que presentan a la audiencia. Para Carlos Barrios (2015) en la cátedra de Teorías de la Comunicación en la Universidad Galileo, menciona que los medios no presentan todo o tal y como les llega la información, sino que deciden qué y que no presentar a la audiencia y lo que presentan en qué medida lo expondrán, a qué hora o en qué espacio se presenta, para lograr el resultado que desean según la guía de la Agenda Setting que tenga el medio.

Toda entidad de comunicación, gobierno, empresa, institución deportiva, religiosa, no lucrativa o un ciudadano común tienen una Agenda Setting específica, para alcanzar los objetivos personales o colectivos. Esto es una guía de acción para la creación de estrategias mediáticas que apoyen a conseguir los resultados previstos. Gracias a las nuevas tecnologías de comunicación e información, los mecanismos habituales de comunicar entre individuos han evolucionado, ya que las maneras que antes existían para esta acción, han tenido que actualizarse para sobrevivir. Esto ha apoyado a que entre sociedades de diferentes puntos geográficos se conozcan y que las personas encuentren mundos diversos de pensamiento, creencias y de manera de comportarse distintas a las conocidas. Los medios de comunicación de masas de manera positiva son de gran beneficio para el crecimiento del ser humano ya que le ha permitido conocer nuevas realidades que antes era imposible pensar que ocurriría o que simplemente existían. La tecnología ha creado dispositivos para facilitar las maneras de obtener e intercambiar información con rapidez y en tiempo inmediato. En esto el internet ha sido clave para el crecimiento de aplicaciones y redes sociales que han abierto las puertas a un mundo globalizado, a lo que el sociólogo Marshall McLuhan (1971) llama “Aldea Global”, en el libro Guerra y Paz en la Aldea Global.

Sobre la alteración a la identidad de las personas y la creación de percepciones en la opinión pública, existen diversos tipos de teorías de comunicación. Las teorías de comunicación de masas son utilizadas por los medios de comunicación masivos para exponer diversidad de mensajes a un alto número de personas receptoras. Dentro de estas teorías según Carlos Barrios (2015) las más utilizadas por los especialistas de la comunicación son la teoría del Conductismo interpretada como la acción de provocar un resultado por medio del estímulo-respuesta. En la que se ejemplifica cuando una persona escucha una información y solo la cree sin cuestionar el origen de la misma. Esta sucede con regularidad y tiene mayor impacto en las personas con bajo nivel de análisis o que sienten una identificación similar de pensamiento con la

persona o medio que les transmitió un hecho, así mismo puede ser por respeto o por afinidad afectiva.

Los medios de comunicación son capaces de manipular al receptor si logra confrontar hechos de interés y que se identifiquen con el destinatario. Un ejemplo de esta es cuando en la calle un individuo grita ladrón y comienza a correr detrás de una persona, lo que provoca que otros individuos valientes o que han sido asaltados con anterioridad se identifiquen con el momento de frustración de la persona afectada y sin pensarlo, lo apoyan y corren junto al individuo que gritó para atrapar al supuesto delincuente, varios reaccionan a un estímulo sin prueba alguna de que esto es real. Otras personas se cuestionaron si esto es verdadero y si existió un robo, así que esperan encontrar una prueba para decidir realizar una acción, a este momento le da el nombre de teoría de “Efectos Limitados”, ya que cuando existe una identidad fuerte, el individuo es capaz de cuestionar la información y analizar antes de actuar.

Un ejemplo que se puede mencionar sobre estas teorías y como afecta a colaboradores de entidades públicas de gobierno la percepción que tienen de ellos miembros de la sociedad civil, es cuando un medio de comunicación masivo exhibe un tema específico de corrupción gubernamental en Guatemala o menciona que el presidente no está trabajando en asuntos de beneficio para la mayoría del país, sino solo respondiendo a intereses de un sector específico. Lo que pondrá en la mente de quienes fueron tocados por la información y que no investigan por la puna predisposición en la mente de la audiencia de que algo está mal y comienza a presentar ejemplos que afectan a la mayoría de población, dando datos comparativos, como cuantas personas mueren por la falta de medicamentos en los hospitales o cuantos niños mueren de hambre por falta de seguridad alimentaria en los departamentos del país. Esto da la pauta en crear una percepción de que el gobierno es malo.

Lo curioso es que solo uno o dos medios lo publican y mencionan estos eventos, mientras que los demás medios no. Por lo que otra persona deja el conductismo y se pregunta que esta ocurriendo, empieza a investigar y se da cuenta que la información de falta de medicinas cierta, que la población muere

de hambre en ciertos lugares de la república, pero al mismo tiempo descubre que los ministerios de gobierno por órdenes del presidente, ya no contratan el servicio de algunos medios de comunicación para pautar comerciales, lo que coincide con que los medios que más atacan cada acción gubernamental son los que no reciben dinero del estado, mientras que los que sí tienen contratos comerciales, no mencionan esta clase de noticias para mantener el ingreso económico estable con las pautas institucionales.

Se supone como Barrios (2015) en que una de las teorías más comunes en la política es la “Disfunción Narcotizante”, que va presentando una idea poco a poco, en cuenta gotas, sin que el receptor lo identifique. Esta es tan penetrante y de forma subjetiva que la persona que lo recibe, no sabrá lo que le ha ocurrido, pero después de un tiempo a estar expuesto a un mensaje, este se adapta mejor a una idea que antes rechazaba. Para lograr que las personas de una sociedad hagan las acciones que un medio quiere que realicen, sea cual sea el objetivo o quién está detrás de los mensajes. Barrios (2015) comenta que existe la “teoría de la Persuasión”, para influir en las masas mediante los medios de comunicación, utilizando diversas plataformas y métodos entre los que menciona el sentido de Reciprocidad, en el que la gente se siente agradecida por un apoyo recibido. Como ejemplo, cuando un político en campaña ayuda a pintar la escuela de una comunidad para mostrar que sí ayudará al desarrollo de aquel lugar, además lleva bolsas con alimentos y dice que, si él gana un puesto de elección popular, apoyará a aquel conjunto de personas. Por lo que el día de las elecciones los pobladores ayudados y que tuvieron una experiencia agradable con el candidato, asisten a las urnas y devuelven con votos el apoyo, como manera de agradecimiento.

También nos menciona los sistemas del Compromiso y Consistencia, y el de Autoridad. El primero trata del valor de la palabra, de cumplir con una promesa y el segundo de obedecer a una figura que representa autoridad. Existe también el ejemplo en el que la persuasión utiliza el Gusto y la Escasez como mecanismo para conseguir la acción que sea deseada, por ejemplo, una modelo famosa, presentadora de un noticiero del canal más visto en un país, se

encuentra en un supermercado ofreciendo productos de belleza. Ella se encuentra con una mujer que le confiesa que la sigue por televisión, que la admira y que todos los días está pendiente del canal. Mientras hablan ella le toca el brazo y le ofrece el producto, le da una prueba de cortesía. La mujer se identifica, presta atención y compra el producto.

Otras teorías que Barrios (2015) habla son “La escasez”, poniendo de ejemplo un producto o servicio que es por un tiempo limitado. El restaurante McDonald’s anuncia que por un mes pone a la venta las hamburguesas McRibs de carne de costilla de cerdo sin hueso, pero solo estarán en octubre, por lo que las personas que asisten a dicho lugar consumen por lo general la hamburguesa en promoción. Termina exponiendo que una de las teorías de comunicación de masas que más son utilizadas por los medios de comunicación es el “Efecto Pigmalión”, presentando un tema de manera repetitiva, persistente y continua, esto para provocar darle valor a una situación según el interés determinado por medio de la estimulación incesante en el receptor. La consecuencia puede ser negativa o positiva según el interés y el objetivo que se tenga desde el principio cuando se inició a plantar la información. En presenta como ejemplo de esta estrategia de persuasión, buscando un resultado positivo durante el desarrollo deportivo en la niñez, que existe el método del refuerzo positivo en el que se le indica al niño lo bueno que realiza, cada acción que se quiere reforzar, se le felicita y menciona en que cada oportunidad posible para crear el hábito y el valor determinado.

Al conocer las Teorías de Comunicación de Masas es innegable la profunda influencia que tienen los medios de comunicación en la creación de comportamientos y percepción de la población sobre algún tema en específico, así como en el reforzamiento o transformación de la identidad de los individuos receptores de los mensajes que transmiten. Richard Shaw (2014) comenta que los periodistas o colaboradores de todo medio de comunicación actúan como intermediarios de información. La realidad no llega pura a los receptores del medio, porque esta información es tratada antes de presentarla, con el objetivo

de decirle a la sociedad no solo como pensar si no sobre que pensar, según el interés que tenga el medio correspondiente (ver bibliografía p. 144).

A nivel de emisión de hechos noticiosos, un ejemplo de este manejo de poder informativo para influir sobre las personas, es que un equipo editor se encarga de arreglar y darle tratamiento a la información que será presentada, para ajustarla a la manera adecuada para ellos, la cual será transmitida por presentadores que han sido contratados para dar a conocer los hechos noticiosos, informativos, deportivos, culturales o de entretenimiento, regularmente son personas agradables a la población, que son destacados en la sociedad o que conocen la realidad del público objetivo para actuar como agentes de creación de opinión pública, los cuales tienen la capacidad y conocimiento de las diferentes estrategias de persuasión. Regularmente son profesionales de la comunicación y adaptan ese conocimiento a la Agenda Setting del medio con la meta de influenciar en las identidades familiares, empresariales, públicas y de todo aquel a quien el mensaje alcanza.

Caso Watergate

La influencia de los medios de comunicación, utilizando las diversas Teorías de Comunicación de Masas es grande y visible en el comportamiento de la sociedad. Estas teorías bien utilizadas junto a la coyuntura de un país en el momento de casos de impacto, vuelve aún más grande el poder que estos tienen. Un ejemplo del poderío es el Caso Watergate que llevó a la renuncia de Richard Nixon, ex presidente de Estados Unidos de América, al ser acusado por el periódico Washington Post de antes de corrupción, al conocer que el vicepresidente durante su administración creó una red mediante la cual realizó malversación de fondos. Este caso es presentado en la película llamada "Todos los hombres del Presidente" (1976), nos muestra la fuerza y el poder que poseen los medios de comunicación de masas, por medio de una investigación dirigida y presentada por el periódico Washington Post en el año de 1972.

Los medios de comunicación además de informar, entretener y educar, forman opinión pública (2014, ver bibliografía p. 144). Cuando la información que

se presenta es bien fundamentada, logra contagiar e involucrar al receptor a reaccionar como desde el principio se quiere, siendo uno de los mejores ejemplos del trato de información los dos periodistas: Carl Bernstein y Bob Woodward del Washington Post, protagonistas del Caso Watergate. Quienes se dieron en la tarea de investigar y encontrar la ayuda de un informante anónimo, para evidenciar el desvío de fondos del Comité para la Reelección del mandatario de Estados Unidos de América de ese entonces: Richard Nixon, hacía cuentas bancarias que beneficiaron a diferentes personas del equipo de gobierno, incluido al presidente de aquel país.

Durante el tratamiento de la información, los dos periodistas contaron con el apoyo del Director General del medio de comunicación, quién en un momento determinado pensó en no presentar el caso en el periódico, debido al riesgo que podían enfrentar al golpear a uno de los gobiernos más poderosos del mundo. Pero cuando los encargados del departamento de inteligencia, comunicación y estrategia del gobierno de Nixon, se enteraron que el medio contaba con la intención de presentar todos los detalles del acto de corrupción, desarrollaron un mal plan para desacreditar a dicho medio periodístico, el cual no funcionó y provocó la ira del Director del Washington Post, para dar el permiso a ambos periodistas para continuar con la investigación y presentar pruebas hasta llegar a las últimas consecuencias.

Descubriendo que los principales asesores del presidente Nixon, estaban involucrados en dicho caso y que contaban con todo el respaldo y conocimiento del máximo gobernante del país de Norteamérica, desde la planificación del desvío de dinero hasta la adjudicación de montos económicos a diferentes personas. Todo esto provocó el rechazo de la sociedad norteamericana y demás medios, incluso los que apoyaban a la administración gubernamental, de identificarse con la indignación de los principales agentes sociales, exigiendo a una sola voz la renuncia del jefe de estado, lo que sucedió a las pocas semanas.

Cortina de Humo

Como parte de la utilización de las diversas Teorías de Comunicación de Masas, en la Universidad Galileo de Guatemala, el catedrático Richard Shaw (2014) propone el análisis de la película americana “Wag the Dog” o en español “Cortina de Humo”, para ejemplificar el poder que tienen los medios de comunicación al utilizar de una manera planificada y estratégica, cada uno de los factores de persuasión y creación de opinión pública que poseen (ver bibliografía p. 144). El Licenciado comenta si ¿Es posible que el presidente del país más poderoso del mundo logré salir limpio de una acusación de violación a menores sin que tenga consecuencias graves? Creando una guerra es posible, otra noticia aún más fuerte y que identifique a un mayor número de la sociedad, mostrando para distraerlos lo que se desea que este grupo piense. Los profesionales de la comunicación utilizando mecanismos de persuasión y manipulación de masas tienen la solución. Wag the Dog sirve para entender el poder de los medios y que no todo lo que se ve es, si no lo que quieren que veamos.

La película presenta una realidad del mundo actual del manejo de las Teorías de la Comunicación de Masas, “la noticia de hoy, mañana es de ayer” Silvia Lanuza, catedrática Universidad Galileo la información cambia con el día a día, si una noticia impacta hoy, los medios el mañana según la información que presenten, la fortalecen el tema con presentan uno nuevo, según el interés que tengan (2014, ver bibliografía p. 144). La película Cortina de Humo (o “Wag the Dog”) nos deja claro que los medios de comunicación son empresas y que responden por naturaleza a intereses económicos, políticos, militares o religiosos. Que estos son utilizados para crear opinión pública mediática y poner temas específicos en la mente de la sociedad, para que esté pensando en ello para beneficio de quiénes tiene el poder detrás de ellos, en este caso, los dueños y patrocinadores.

Wag the Dog nos muestra como basado en una buena asesoría de un equipo de comunicación, que conocen acerca solución de problemas en crisis de gobierno, crean una nueva noticia de impacto, tanto que pueden establecer un

distractor que involucre a todo el país como lo es una guerra. Esto con el objetivo de desviar la atención de los ciudadanos, avocando al nacionalismo y a la protección de derechos humanos, para unir en muestra de patriotismo al conjunto de la ciudadanía vulnerable al mensaje y lograr convertir a un presidente en héroe, a pesar que en ese momento se encontraba acusado de un caso de abuso infantil. En la película, el equipo de gabinete y comunicación del gobierno de Estados Unidos, logra solucionar un problema muy grave que puede costarle el puesto al gobernante de aquel país. La clave fue contratar a un director de cine que junto a estrategias políticas en solución que conflictos, realizan un plan de distractores comunicacionales, con el apoyo de los medios de comunicación.

La cortina de humo es tan bien diseñada que logra hacer creer a todo un país que es necesario unirse y apoyar al presidente en esta causa, y que todo problema que existe debe quedar a un lado por un momento para ser una sola voz, un solo cuerpo, una sola nación y participar unidos para conseguir la victoria militar, con el objetivo de mantener siempre la soberanía del nación y de los países amigos que corren peligro, logrando con éxito hacer que la población olvide un problema real por un conflicto que fue creado como distractor. Shaw (2014) hace referencia al filósofo estadounidense Noam Chomsky para el estudio de estrategias para la manipulación y distracción mediática, ya que este pensaba en 1993 que “en un estado totalitario no importa lo que la gente piensa, puesto que el gobierno puede controlarla por la fuerza empleando la fuerza. Pero cuando no se puede controlar a la gente por la fuerza, uno tiene que controlar lo que la gente piensa, y el medio típico para hacerlo es mediante la propaganda (manufactura del consenso, creación de ilusiones necesarias), marginalizando al público en general o reduciéndolo a alguna forma de apatía” (Chomsky 1993, p. 78). Al conocer esta idea se comprende mejor que los medios de comunicación de masas tienen el poder de afectar el comportamiento humano y que al ignorarlo, el receptor de información es fácilmente manipulado.

El Ciudadano Kane

Los medios de comunicación de masas pueden hacer que una persona que no es óptima para un cargo público lo obtenga. El poder económico y de promoción de un medio logra que un ciudadano sin conocimiento de la administración pública puede alcanzar un puesto de elección popular, para tomar decisiones vitales para el futuro de una nación. Dando apoyo a la idea del Licenciado Carlos Barrios (2015) de la Universidad Galileo, que propone de ejemplo para reforzar el estudio de Teorías de Comunicación de Masas, el análisis de la película “El ciudadano Kane” producida en 1941, que desde esa época muestra como el poder económico invertido en promoción utilizando el canal de medios informativos logran manipular a la sociedad para favorecer la percepción a favor de “Kane”, dueño de distintos periódicos. La presentación al público de distintas noticias y temas en favor o en contra de alguien, puede tener como consecuencia lograr escalar puestos políticos, manipulando la creación de opinión pública.

Para Barrios (2015) la película muestra que los medios de comunicación al repetir constantemente una información, aunque sea falsa, esta tiene la capacidad de volverse verdadera, convirtiéndose en la realidad (ver bibliografía p. 144). Así es como el protagonista Kane, utiliza los recursos de comunicación y financieros que posee para hacer artista famosa a la dama de quién se enamora fuera del matrimonio y la convierte celebridad. Las escenas que presenta no están lejos del contexto que vive en la actualidad Guatemala, en donde medios como la televisión abierta presentan por lo general información relacionada a la conveniencia del gobierno de turno, debido al valor económico que representa la pauta gubernamental. Enfatizando que los medios de comunicación masivos muestran lo que quieren que veamos para que pensemos de una manera específica.

El Ciudadano Kane muestra lo que una persona dueña o a cargo de medios de comunicación puede conseguir por medio de las acciones guiadas por una agenda setting definida. El medio es capaz de hacer llegar los mensajes que desea de manera clara, ordenada y construida, con el objetivo de lograr

reacciones específicas de los receptores de la información, quienes por la constante repetición llegan a un punto de aceptar cosas como normal y bueno que quizá antes no lo identificaban así. La manipulación en la presentación de información es llevada con sesgo y orientada a la ideología natural de la empresa de comunicación, que trabaja en la creación de opinión pública. Para esto existen diversos canales para hacerlo y presentarlo a las masas, siendo los componentes más importantes los auditivos, visuales, escritos y audiovisuales.

Operación Drake - 1958 Gobierno de Idígoras Fuentes

En la coyuntura actual de Guatemala se observan mecanismos y estrategias políticas de distracción mediática para contrarrestar el desgaste que el actual presidente Jimmy Morales ha tenido en los primeros meses de gobierno. La población guatemalteca, principalmente de la ciudad capital, de clase media y con acceso a nuevas tecnologías de la comunicación como el internet y redes sociales, cada vez participa con mayor fuerza y está más empoderada en la fiscalización de las acciones gubernamentales. Después de los sucesos ocurridos en el año 2015 en el que la ciudadanía salió a las calles para exigir la renuncia del ex binomio presidencial Otto Pérez Molina y Roxana Baldetti, al ser acusados de actos de corrupción como líderes de la estructura de desfalco millonario al país.

La exigencia de la población al gobierno es cada vez mayor y quieren ver resultados diferentes y rápidamente de la nueva administración pública. Para calmar el ánimo del conjunto de la sociedad participativa y fiscalizadora, el presidente ha enviado mensajes con influencia en la opinión pública para ganar tiempo de trabajo, por ejemplo, se ha unido a la denuncia en contra del diputado Juan Manuel Giordano, por actos fuera de moral y pretender extorsionar a gobernadores departamentales para que hicieran las acciones que les exigía. Este reclamo de Morales fue realizado a pesar que el legislador pertenece al partido político que lo llevó al poder del país, así mismo en visitas a hospitales con problemas por falta de medicamentos, presenta donaciones que ha

conseguido y en las escuelas públicas ante la falta de buen servicio e insumos, entrega escritorios elaborados por el ejército.

Para Carlos Barrios (2015), durante la clase de Teorías de Medios de Comunicación de Masas, presenta el caso de la “Operación Drake”, que es el conflicto entre Guatemala y México, elaborado por el ex presidente militar de Guatemala Idígoras Fuentes en 1958, en el que indica que para salvar un derrocamiento, el ex mandatario avoca al nacionalismo, sobredimensionando un problema en las costas guatemaltecas, en donde utiliza la manipulación de la identidad colectiva, por medio del nacionalismo para crear un conflicto con México, logrando que los agentes sociales con mayor fuerza en la república guatemalteca que pedían su renuncia, hicieran un pausa para apoyarlo en la defensa de la soberanía del país, debido a la invasión extranjera de pesqueros mexicanos. Una estrategia militar con el respaldo de medios de comunicación, con tratamiento de la información a beneficio del entonces presidente Fuentes, logra presentar los hechos ocurridos como invasión extranjera, logrando salvar la caída del gobierno que se encontraba débil, con falta de popularidad y sin credibilidad dentro de la población, logrando gracias al sentimiento de patriotismo la unidad nacional.

La Operación Drake es uno de los mayores ejemplos de distracción y manipulación mediática en la historia de Guatemala. Dicho acontecimiento va orientado al poder que los medios de comunicación tienen. La creación de un conflicto contra México para apelar al patriotismo y manipular a la población, poniendo en peligro vidas humanas, así como la fatal muerte de pesqueros de nacionalidad mexicana, son mecanismos extremos que desde la política se realizan para lograr objetivos mediáticos necesarios para los intereses propios de este conjunto. Miguel Idígoras Fuentes, necesitaba un distractor para mantener la gobernabilidad, por lo que encuentra en ese momento como solución al descontento de la población, levantar el orgullo por defender la soberanía del país debido a una “invasión extranjera”, que presentó como tema de indignación el robo y saqueo de medios naturales que pertenecían a Guatemala. Este caso en específico se trató de que varios pescadores de

camarones de origen mexicano se encontraban utilizando un espacio de mar guatemalteco para recoger camarones, sin la autorización del gobierno, lo que el ex presidente Idígoras tomó como excusa y presentó el tema ante la población como un robo que amenazaba la soberanía del país.

Para el tema de Teorías de Comunicación de Masas, la estrategia que Idígoras utilizó para salvar el puesto que ostentaba, va de la mano con los mecanismos de persuasión del que habla el concepto en general. El ex presidente supo manejar dicha maniobra militar por medio de los diferentes canales de comunicación que existían en aquellos años, incluso invitando a un periodista a que acompañara a los pelotones de la Fuerza Aérea el día que se realizaría la operación que obligaría a las balsas de camaroneros retroceder y regresar a territorio mexicano y de no conseguirlo, utilizar la fuerza y a toda costa terminar con el problema. Barrios (2015) expresa que el presidente Idígoras mostraba en sus mensajes un carácter fuerte y convencido en que lo que estaba haciendo era defender lo que le pertenecía a Guatemala, logrando así volver a obtener por un momento, el respeto de la población, ya que mencionaba que lucharía hasta las últimas consecuencias por retomar el control del territorio. El día en que se realizó el ataque armado a las embarcaciones mexicanas, la fuerza aérea guatemalteca se hizo acompañar de un periodista, afín al ex presidente Idígoras para que contara la historia como mejor le convendría al mandatario para lograr el objetivo de la acción.

Sin embargo, en la actual coyuntura guatemalteca, podemos observar otros mecanismos y estrategias de distracción mediática como la “Cortina de Humo” la cual tiene como principal objetivo la distracción de la audiencia por medio de un problema mayor al que existe o un evento que logré unir a todo un país cuando el mismo estaba separado y a punto de pedir la renuncia de un presidente, como es el caso en Guatemala del ex presidente Miguel Idígoras Fuentes. Quién utilizó una supuesta invasión extranjera, en este caso de barcos de pesca de origen mexicano y creó todo un mecanismo de comunicación donde dijo que el defendería la soberanía del país y los recursos naturales, logrando en

su momento estar más tiempo en el poder en plena crisis, incluso modificando la percepción de los ciudadanos para que lo apoyaron por el bien del país.

Identidad y Deporte

Identidad nacional y el deporte

Para escritor José del Val (1987), la Identidad Nacional es un término que muchos gobiernos utilizan como mecanismo de estrategia de comunicación política. Utilizan el nacionalismo para buscar conexiones específicas que engloba a toda la sociedad. Según del Val, “[...] la identidad nacional es un concepto eminentemente político” (p. 27). Mientras un tema logre identificar a más personas y lo unan al gobierno de turno en los diferentes países, mayor es la probabilidad de tener una mayor aceptación en más sectores sociales, lo que facilitará la administración gubernamental del equipo estatal que trabajará por el tiempo asignado según la ley de cada nación.

La Identidad Nacional es aprovechada por gobiernos y otros grupos de poder para mandar mensajes con objetivos de manipulación mediática para la sociedad receptora, aprovechando que por naturaleza el ser humano busca la pertenencia a un grupo y en este caso el lugar donde un individuo nace lo hace parte de un conjunto social. Los deportes han sido también utilizados como mecanismos de creación, fortalecimiento y transformación de identidad, por medio de la utilización del nacionalismo. Está comprobado que, por medio de una competencia de algún deporte, la promoción de la Identidad Nacional se facilita, como ejemplo se puede mencionar el fútbol. Cuando un país se inscribe para participar en la clasificación a un mundial promovido por la Federación Internacional de Fútbol Asociado, se unen diferentes agentes sociales, tanto económicos de iniciativa privada como instituciones gubernamentales. La sociedad se interesa en el tema y apoya al equipo que lo representa en la competición internacional, la ciudadanía sin importar clase social se une en mismo conjunto, comienza colocar banderas en el hogar y a comprar camisas con los colores del país, por un momento deja de lado los problemas y diferencias colectiva que tiene y se enfoca en brindar soporte al representativo del país.

Muchos medios de comunicación han presentado encuestas e información en las que cuando la selección de fútbol de un país tiene éxito

deportivo, la sociedad tiene una mejor percepción del gobierno y ambiente de la nación, se siente orgulloso de pertenecer a la sociedad donde nació, por un tiempo la percepción de la sociedad es más positiva de lo común. El nacer o vivir en un país, hace que las personas sientan orgullo y parte de un mismo conjunto, por ser de una región geográfica específica con los respectivos hábitos, rasgos culturales y reglas de convivencia. También menciona que esta identidad tiene varias variables que no se mencionan, ya que la actual identidad nacional que se pregona en la mayoría de países son una mezcla de factores étnicos de las primeras comunidades que habitaron un conjunto de tierra, con los grupos de personas que migraron a estos mismos puntos por cualquier tipo de motivación, así como la invasión de un grupo social que vino junto con la historia de las conquistas y las diferentes guerras que se han producido en el transcurso de la humanidad, todas debido a intereses económicos, políticos, militares o religiosos.

El autor José del Val (1987) coincide con Hassan Rachik (2006) en que “la identidad es pertenencia y, por lo tanto, exclusión; la pertenencia y la exclusión son condiciones de toda existencia social” (del Val 1987, p. 32). Ambos autores también coinciden en que una persona por naturaleza y por distintas razones, durante toda la vida es parte de varios grupos sociales, lo que provoca una suma de experiencias de transformación de la identidad. Del Val (1987) afirma que no existe ninguna persona o grupo humano que no sea parte de una identidad, ya que la suma de interacciones diarias le otorga diferente tipo de información lo que produce distintas formas de identidades.

También Del Val plantea que todo individuo maneja distintas formas de identidades específicas, condicionadas por la misma naturaleza en las que fueron creadas, por ejemplo, afirma que la identidad de un sujeto varía y es influenciada por varios factores a los que denomina: Plano de identidades. En este plano de identidades está la creada por la interacción con la familia, la comunidad donde el ente habita, el lugar de trabajo, el clima laboral, el puesto de poder o la manera del trato del jefe, la creencia religiosa, el estrato económico social al que la persona pertenece, así como la dinámica del país en

donde nació y en donde habita. Para la investigación de la tesis todas estas variables se pueden ordenar según el autor en diferentes dimensiones, por el tipo de relaciones sociales personales, abstractas y las imputadas. Dentro de las sociales personales en donde entra la individualidad de la persona y la relación que tiene con la familia. Las abstractas son todas aquellas en donde el punto de variación es la etnia y región de donde proviene, y también la actividad económica en la que se desenvuelve.

El autor coincide con el tipo de identidad dura, cuando habla de las relaciones sociales imputadas, las que identifica como las que son dadas dentro de la nación o de la cultura del país, por ejemplo la creencia y celebración a la Virgen de Guadalupe en México, la cual es nombrada por la iglesia católica como patrona y defensora del país, así es como alrededor de esta tradición, hábitos y factores de comportamiento de la sociedad mexicana los ciudadanos obtienen un valor en comparación con otras naciones y crean un plano de identidad específico como miembros de la sociedad. Sobre la Identidad Nacional, José del Val (1987) sugiere que sea vista como una identidad institucional, ya que engloba en un mismo conjunto las diferentes etnias y comunidades que existen en un país, mencionando la diferencia que existe con la identidad étnica, la cual para algunos antropólogos, se puede identificar por acciones como utilizar un mismo lenguaje, que bien puede ser propio de un lugar en específico, sin ser el idioma oficial del país donde existe este grupo.

Concluye que toda comunidad que habita en un mismo sector geográfico que políticamente ha sido limitado como parte de un país, es parte del nacionalismo del mismo, por lo que la Identidad Nacional, se forma de muchas partes, clases sociales que, en un momento determinado, aunque sean muy diferentes al formar parte de una misma identidad, en un punto crítico se logra la unidad y solidaridad entre todos los fragmentos de la que consta. Un ejemplo de esta solidaridad puede tomarse de países en Latinoamérica en donde a pesar de la desigualdad social, cuando ocurren terremotos, inundaciones o eventos trágicos, las grandes diferencias internas entre clases sociales se dejan a un lado y surge el nacionalismo que une a los distintos sectores de la sociedad. Del

Val también menciona algunos ejemplos de la identidad nacional que es utilizada institucionalmente para crear compromiso y sentido de pertenencia, en donde menciona nuevamente ejemplos de México como el aztequismo, derivado a la unidad de todos los mexicanos por el orgullo de la historia de la sociedad Azteca.

Comenta sobre la utilización institucional que se adjudica a los indígenas de las diferentes regiones mexicanas y el valor de nacionalismo a la diversidad de grupos que aún existen desde la época de la conquista española. Tanto es el uso del término Azteca que el autor señala que tanto la sociedad mexicana, como el gobierno central y los medios de comunicación masivos han bautizado y creado como fuente de mercadeo este nombre. Como ejemplos indica que el estadio principal del país se llama: Estadio Azteca, la selección nacional de fútbol es llamada: Selección Azteca, incluso hace la observación que cuando el gobierno ha presentado planes económicos le ha llamado: Plan Azteca; y realiza una acotación más, que la condecoración más importante para cualquier persona en México, por parte del estado es llamada: Águila Azteca.

El autor finaliza mencionando que, para alcanzar la identidad nacional, se necesita englobar a todos los grupos que existen en un país, esto regularmente por medio del gobierno como centro de plantación de ideas, dando valores de unidad para que perduren en el tiempo las creencias de identidad. Principalmente sugiere como ejemplo la historia del partido político PRI, que por décadas ha sido el encargado de dirigir el país y ha logrado mantener el poder por medio de generar identidad utilizando la similitud de rasgos de creencias culturales de las diferentes sociedades en las regiones del país.

Impacto del deporte y la recreación

Según, Ferrando (1979), el deporte de élite te hacer ser reconocido, pero provoca presiones y competencia, el deporte recreativo te divierte, no lo prácticas con presión. Se trata de disfrutar, sentir satisfacción y con la única voluntad de ser feliz. Los autores Ibáñez et al. (2010) hablan acerca de la importancia de los deportes para la sociedad y la importancia general "Porque

detrás hay cientos y miles de personas practicándolos. Porque son parte de la sociedad. Porque el deporte estructura nuestras vidas sea como actores principales, secundarios, simples espectadores o receptores pasivos” (p. 26). Según estos autores, la actividad física se puede interpretar como cualquier movimiento que realiza una persona. Cuando una actividad física se realiza de manera constante y cotidiana, crea un estado físico con capacidad de adaptación que mejora con el tiempo, durante este ciclo el cuerpo sufre diferentes cambios que fortalecen lo organismos, la resistencia y destreza muscular, así como una mayor capacidad para realizar actividades con mayor exigencia física.

Ibáñez et al. creen que la actividad física se encuentra relacionada con la mejora de la salud en las personas, incluso ayudando a retardar la mortalidad gracias a sus múltiples beneficios entre los que se puede mencionar el fortalecimiento sistema cardiovascular, inmunológico y muscular de los individuos, ayudando a prevenir diversas enfermedades que pueden provocar la muerte. Son varios los científicos que se han dedicado a evaluar y a realizar estudios para mostrar que la inactividad física y una vida sedentaria provocan una mayor probabilidad de padecer de enfermedades que afectan la calidad de vida del ser humano.

En la publicación de UNICEF “Derecho, Recreación y Juego” muestra un estudio que respalda este pensamiento, en donde indica que 1.9 millones de muertes en el año 2,000 fueron ocasionadas por la inactividad física y presenta que entre 10 y 16% casos de diabetes y cáncer de mama y colón, como más del 20% de casos de cardiopatías, tienen relación con esta falta de práctica de la actividad física (Unicef, 2007). Por esta razón la actividad física por medio de la recreación deportiva cada vez cobra mayor importancia para el desarrollo integral de las personas, debido a los múltiples beneficios que contiene, tanto a nivel físico, mental como en el fortalecimiento de valores intrínsecos que el juego y deporte por naturaleza contienen durante la práctica de la actividad. El juego y el deporte promueven en la niñez experiencias que ayudarán a un mejor desenvolvimiento en la vida común de toda persona, fortalece el carácter, así

como distintas habilidades sociales debida a la interacción social con otros niños.

Loreta Acevedo de UNICEF, explica que “El derecho al deporte, juego y recreación constituye un estímulo para el desarrollo afectivo, físico, intelectual y social de la niñez y la adolescencia, además de ser un factor de equilibrio y autorrealización”. El movimiento físico por medio de una actividad de juego deportivo recreativo, apoya a la niñez para desarrollar un mejor desarrollo cognitivo, con ello un mejor grado de percepción de su alrededor, un mayor grado posible de análisis de cada situación a la que se enfrenta y lo que apoya un mejor equilibrio emocional, que le ayudará para tomar mejores decisiones en su vida, incluso está comprobado que los niños que realizan actividad física junto con una alimentación equilibrada en las diferentes etapas de crecimiento, tienen mayor grado de atención y memoria que le facilita un mejor rendimiento escolar, que como consecuencia traerá mayores oportunidades de empleo y realización personal en su vida como adulto.

Impacto de deporte en identidad, carácter

El deporte como formador de carácter y parte fundamental del desarrollo del ser humano, indispensable para una buena salud y creador de valores de comportamiento, ayuda a formar la identidad de la persona, que le apoyará para que durante la etapa adulta tenga mejores habilidades para solucionar problemas y enfrentarse a distintas situaciones que la vida conlleva, ya que la persona ha aprendido la satisfacción de una victoria y a seguir adelante después de una derrota. Según su discurso en 2002, Kofi Annan explica que, “Los niños juegan en cualquier parte y en todas partes -en instalaciones organizadas, en la escuela o en casa. Los materiales más simples –agua, arena, cartón, trozos de madera, cacharros y tapas de botellas– pueden ayudar a desarrollar el lenguaje de los niños, las destrezas analíticas y la toma de decisiones” (Unicef, 2002).

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (United Nations Children’s Fund, UNICEF), como organismo de la Organización de Naciones Unidas realiza un importante énfasis y recomiendan a los gobernantes alrededor

del mundo a invertir en la promoción del deporte, el juego y la recreación como parte vital y fundamental para el desarrollo de la niñez y con esto mejorar la sociedad y la calidad de vida de los habitantes. Incluso el ex Secretario de Naciones Unidas, Kofi Annan en el 2002, elaboró un informe para países en conflicto y altos porcentajes de violencia, en el que explica la importancia del deporte como mecanismo para el desarrollo de la paz y una herramienta indispensable para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio, planteados por la misma organización. Así mismo promueve que los gobiernos dentro del presupuesto de gastos, inviertan un mayor capital para aumentar la participación y accesibilidad de la población en general, en especial las comunidades más vulnerables por la pobreza, a proyectos de “Deporte para Todos”.

En la actualidad más gobiernos de distintos países han creado políticas públicas orientadas a la inversión en la promoción de la práctica del deporte y la recreación, como parte de las estrategias durante el período en el poder público y varios países por medio de los planes estratégicos de salud pública han creado acciones de impacto en el énfasis a la salud preventiva. En el Informe sobre la salud en el 2002, la Organización Mundial de la Salud, estima que, en ese año, Estados Unidos gastó 75 millones de dólares en costos médicos debido a problemas de salud derivados a la falta de actividad física. Los gobernantes cada vez se dan cuenta de la importancia de facilitar espacios públicos y programas para que la sociedad realiza actividad física recreativa. Tomando relevancia ejemplos como en Guatemala en los que el Ministerio de Gobernación por medio del Viceministerio de Prevención e Violencia realiza en conjunto con el Viceministerio del Deporte y la Recreación, actividades para la niñez, adolescencia y juventud, para mejor la utilización del tiempo libre y con esto reducir el índice de involucramiento en delincuencia como mecanismo de prevención de la violencia.

Deporte para Todos

Para todo lo anterior, el Comité Olímpico Internacional al ser una de las autoridades más respetadas en el mundo del deporte y promover valores

intrínsecos del deporte en general, han creado y promocionado el concepto de Deporte para Todos. El Comité se encarga de la coordinación de los Juegos Olímpicos a nivel mundial, en donde participan los mejores atletas de todo el planeta. Lo que sirve para la promoción de la práctica deportiva y exaltar el valor de toda actividad física, la cual comienza con un movimiento en alguna acción deportiva recreativa hasta convertirse, según la práctica constante de las personas, en deportistas profesional y de élite que compiten en los eventos de máxima exigencia como lo son los organizados por esta entidad. En el Manual de Administración Deportivo, escrito por y para el Comité Olímpico Internacional alrededor del mundo, Roger Jackson expone sobre este concepto importante de Deporte para Todos como la masificación y el inicio para la vida deportiva. Hay que reconocer que el deporte puede volver en un momento determinado exclusivo o elitista cuando se integra la competencia al mismo, ya que se busca la práctica del más talentoso o de aquel que tiene mejoras considerables debido a la práctica constante, es por eso que existe el Deporte para Todos, que busca por medio de la recreación deportiva y de la actividad física que todas las personas tengan una vida digna.

Deporte para Todos es una manera de hacer comunidad sin tomar en cuenta algún tipo de diferencia. Según Jackson (2005) al declarar “que el deporte es un derecho que corresponde a todas las personas, por encima de las diferencias raciales y de clase. Es un movimiento que persigue la consecución de la salud, la buena forma física y el bienestar por medio de las actividades deportivas, que se pueden adaptar a la edad de la persona, al sexo y a las diferentes circunstancias sociales y económicas, sea cual sea el contexto cultural de la zona” (p.65). En una entrevista con Carlos Orozco, encargado en el Viceministerio de Deporte y la Recreación, se considera que el deporte es un instrumento fundamental para la convivencia pacífica y de integración del tejido social entre comunidades “una herramienta de paz, el deporte como desarrollador de un mundo mejor. Seres humanos más sanos mental y físicamente”. Tal como lo menciona Orozco, el deporte da salud y paz, como consecuencia estilos de vida saludable se baja el costo de cualquier enfermedad

crónica, cardiovascular y diabetes, como más comunes, ahorra dinero para los gobiernos en salud pública y para las personas de manera personal.

El realizar actividad física 30 minutos al día por lo menos tres días a la semana, es una buena práctica que trae beneficios sociales que incluyen según Jackson (2005) “la cohesión y las habilidades sociales y el aumento de la sensación de bienestar” (p.66). Es necesaria la acción de programas apropiados y de políticas públicas en temas del Deporte para Todos, que apoyen al desarrollo integral de la población en general, principalmente en países en desarrollo, como un mecanismo de prevención de la violencia por medio de la sana utilización del tiempo libre. El deporte da esperanza, una voz donde no existe y la oportunidad de inspirar a todo un país a ser mejor por medio del liderazgo que las personas que lo practican y la visibilidad que provoca cuando alguien destaca.

El liderazgo también es una característica importante tanto en los deportes como en el trabajo. También, forma una parte esencial de la de una persona, especialmente un deportista. Según Jackson (2005), este liderazgo se obtiene a base de “experiencia, el ensayo y el error, el progreso y el desarrollo personal que contribuyen al proceso de formación de un líder” (p.227). También, un líder eficaz al logra con los recursos que tiene a su disposición conseguir los objetivos personales que se ha planteado. Este autor continúa diciendo, “son aquellos que satisfacen las necesidades de los miembros del grupo al mismo tiempo que sienten cumplidas sus propias necesidades, es decir, siempre que exista un intercambio equitativo” (p.227).

Perspectivas psicológicas

A este punto es vital darse cuenta que todo líder deportivo o que trabaja en el desarrollo de otros atletas o personas que gustan del acondicionamiento físico es de suma importancia tener un buen balance y estabilidad psicológica, ya que al liderar un grupo o comunidad siempre se tendrán críticas “Si no somos demasiado permisivos, es que somos demasiado autoritarios. Si no somos histéricos, es porque somos masoquistas. Si no somos impulsivos, es que

somos reprimidos. Si no es que amamos muy poco, es que seguro, amamos demasiado” (Asturias, 1998, p.3). Siempre es bueno leer y aprender de la psicología para entender al ser humano, con el fin de que todos salgamos beneficiados. “La psicología nos invita a pensar. La función de la Psicología nunca ha sido resolverle a una persona sus problemas. Su objetivo es ayudarla a que los entienda, los enfrente y los resuelva por sí misma” (Asturias, 1998, p.4). Así mismo es importante reconocer que en muchas ocasiones el sentirse parte de un grupo o identificarse con algo, nos brinda un estado de bienestar que nos hace sentir orgullo por lo que somos y a donde pertenecemos. Es donde encontramos una tendencia llamada Etnocentrismo “y es la responsable de mantener y conservar la mayoría de tradiciones y diferencia culturales y familiares que existen. El objetivo del etnocentrismo es encontrar la seguridad a través de la identificación” (Asturias, 1998, p.4).

Organización de empresas y personal

Cuando nos damos cuenta que las acciones que desarrollamos en el deporte y los valores que contiene en sí mismo son como toda actividad de la vida diaria y que para lograr un buen desenvolvimiento es necesaria una buena organización y planificación, para seguir los procesos adecuados para conseguir los objetivos que deseamos. La organización es esta siempre en todo momento y en todo lugar, principalmente cuando estamos en un grupo, organizar “es poner en conexión las partes de un todo, haciéndolas cooperar sistemáticamente para lograr un fin determinado”. (Decaret, S.F., p.4). Es importante saber que existen muchos tipos de organizaciones entre ellas y las más importantes están las estatales, privadas, mixtas, lucrativas y no lucrativas. Las estatales como lo menciona Decaret, son las que están al servicio público y para beneficiar a la comunidad, las privadas operadas por la iniciativa privada en cualquiera de sus formas que busca un beneficio financiero. Las mixtas que son operadas conjuntamente por el estado y por el sector privado. Las lucrativas que buscan lucrar con la actividad a la que se dedican y las no lucrativas que tienen el fin benéfico, cultural, deportivo, educativo, social, etc.

Para el buen desempeño de toda persona, es necesario la preparación, tener un plan de acción con objetivos específicos y planes que logren solucionar problemas que surjan durante su existencia. Cuando se tiene una organización o institución para que sea funcional hay fundamentos empresariales que pueden ser utilizados para optimizar los recursos y buscar con ello el éxito: “1. Aplicación del principio de Especialización. 2. Posibilidades de encontrar hombres dotados de aptitudes especiales de fácil desarrollo. 3. Facilidad de lograr un equilibrio orgánico basado en la especialidad, más que lograr este mismo equilibrio cuando en la organización lineal un jefe desarrolla varias funciones. 4. Posibilidades de hacer llegar al servicio de especialista, hasta la última categoría de trabajadores, confiándole la inspección de las labores que estos realizan”. (Decaret, S.F., p.33).

El comportamiento humano

Con regularidad se crítica el comportamiento humano como consecuencia de procesos lógicos de experiencias, sin embargo “para comprender la naturaleza de los procesos lógicos e ilógicos del comportamiento, cabe aclarar algunos conceptos preliminares relativos a la estructura y funcionamiento del cerebro, la comunicación entre los seres humanos, la interacción recíproca entre las personas que se comunican entre sí y el aprendizaje”. (Melgar, p.13). Al estudiar la forma en que funciona el cerebro, se entiende que es como una máquina que recibe, registra y elabora información que proviene de los diferentes ambientes de acción de cada persona. “Las informaciones que entran al sistema están constituidas por datos sensoriales, en tanto que los productos que salen de él se hayan constituido por comportamientos”. (Melgar, p.13). Estos comportamientos llegan a ser cada vez más variados y complejos según la cantidad de experiencias que se perciben y “llegan a ser cada vez más variados y complejos. La elaboración de los datos que entran al cerebro y la de aquellos registrados no es casual, sino regulada por el aprendizaje, es decir, el individuo aprende por tentativas y errores sucesivos (ensayo-error)”. (Melgar p.14).

Otros conceptos que es bueno entender y tener presente para comprender a las personas, es la comunicación entre seres humanos. Y es que la mayoría de los comportamientos van ligados y dirigidos a la transmisión de mensajes, por medio de diferentes códigos que evolucionan conforme avanzan los años. También se debe mencionar la interacción entre personas “una persona recibe un mensaje comunicado por otra, sus reacciones están condicionadas no sólo por todas las experiencias precedentes, sino también por la nueva experiencia que ha tenido a través de la relación comunicativa”. (Melgar, (SF), p.14). La interacción recíproca es de suma importancia y se debe entender, ya que muchos de los comportamientos anormales son consecuencia de la interacción negativa del individuo con un ambiente social, laboral o familiar.

Organización del Viceministerio de Deporte y la Recreación

El Ministerio de Cultura y Deportes fue creado mediante el Decreto Ley 25-86, de fecha 10 de enero de 1986, para atender lo relativo a la conservación y desarrollo de la cultura guatemalteca y el cuidado de la autenticidad de sus diversas manifestaciones como lo son: la protección de los monumentos nacionales y los edificios, instituciones y áreas de interés histórico y cultura, así como el impulso de la recreación y el deporte no federado ni escolar. Por lo anterior, el Ministerio de Cultura y Deportes por medio del Viceministerio del Deporte y la Recreación, impulsa la recreación y el deporte no federado ni escolar, promoviendo el deporte para todos, realizando actividades de recreación físico deportivas, para la sana utilización del tiempo libre, prevención de la violencia y de enfermedades no transmisibles. El Viceministerio del Deporte y la Recreación para el año 2015, cuenta en la Ciudad Capital con cuatro Centros Recreativos: Campos del Roosevelt en zona 11, Parque Erick Bernabé Barrondo en zona 7, Campo de Marte en zona 5 y Polideportivo Gerona en zona 1, los cuales son de ingreso gratuito para toda la población.

En estos centros se encuentran distribuidas once disciplinas deportivas al servicio de los usuarios, cada una cuenta con Instructores especializados que tienen a su cargo Academias Deportivas Permanentes, en donde la persona interesada se inscribe en administración de cada centro deportivo, presentando un documento de identificación y llenando una ficha de inscripción, las clases son de lunes a viernes en horarios de 9:00 a 12:00 horas y 14:00 a 17:00 horas. También existen Promotores Deportivos Departamentales y Municipales en 21 departamentos de Guatemala, que generan actividades recreativas diversas de lunes a domingo, para inculcar la cultura de la actividad física en todo el país. Existen voluntarios en los 22 departamentos de la república, los cuáles realizan un trabajo similar al de los Promotores Deportivos. Logrando entre los tres perfiles de colaboradores beneficiar a más de un millón de personas al año en todo el país.

Planteamiento del Problema

Para muchos beneficiarios de programas del Estado y de la ciudadanía guatemalteca, la mayoría de colaboradores que trabajan en la administración pública es porque pertenecen a un partido político, específicamente al que tiene el poder en la actualidad. Al mismo tiempo, se piensa por la general que los colaboradores trabajaron y apoyaron durante la campaña electoral y que muchas plazas son pago de favores. Esta percepción de la mayoría de población genera un interés de estudio para saber cómo afecta este asunto al desempeño y a la identidad hacia la institución de las personas que laboran en el Viceministerio del Deporte y la Recreación, específicamente los instructores, promotores deportivos y voluntarios, quiénes realizan el trabajo de promoción de la práctica de la cultura física, todo por medio de facilitar actividades deportivas recreativas a nivel nacional, de manera gratuita en las diferentes comunidades donde se realizan. Y cómo la naturaleza de los valores que se encuentran integrados en el desarrollo de actividades deportivas, fortalecen el compromiso, así como la identidad de quienes lo practican y lo replican a más personas, y cómo este sentimiento es afectado por los comentarios y percepciones de diferentes personas sobre los colaboradores gubernamentales.

Este estudio busca estar dentro de un discurso académico para entender cómo la identidad de los trabajadores está influida por la percepción de la población en general, debido a la creación de opinión pública que los medios de comunicación masivos y las nuevas tecnologías de la comunicación promueven con la información que presentan a diario, y también, cómo las noticias negativas sobre el gobierno por acciones de corrupción que existe a nivel político, afecta a todo aquel que labora para el Estado. Además, es importante entender la identidad de los colaboradores de entidades gubernamentales, ya que la mayoría de alumnos que cursan la Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos dentro de la Universidad Galileo, son periodistas activos que laboran dentro de diferentes empresas de la comunicación, algunos incluso tienen sus propias agencias de información.

Siendo importante para el estudiante entender también la dinámica que ocurre y el sentir de quienes trabajan para el gobierno central, ya que muchas de las fuentes de información vienen de estas entidades, lo que facilitará el entendimiento de la manera de pensar, sentir y actuar de estos, para poder entablar una mejor relación a futuro y poder conseguir la información que se necesita para el medio donde el periodista labora. Ya que, como se mencionó en la experiencia del autor, durante las diferentes clases recibidas en durante los cursos de la licenciatura, varios alumnos mencionaban conceptos y experiencias, así como algún tipo de falta de comprensión hacia los trabajadores públicos del porque realizaban una acción específica o la manera de comportarse, por lo que esta investigación tiene el interés de lograr descubrir y entender lo que ocurre dentro de la institución del Viceministerio del Deporte y la Recreación, como ejemplo o más bien una guía de la posible relación que se tiene con los demás ministerios y viceministerios que integran el gobierno central, con la salvedad que al desarrollar una actividad deportiva, el perfil de los colaboradores de primer punto, tiende a ser más orientada al deporte que a una actividad política partidista.

Históricamente, a los guatemaltecos les ha gustado la práctica deportiva, basado en las diferentes competiciones que existen a nivel internacional, Guatemala es un país donde la participación ha sido constante en diferentes campeonatos y la práctica del deporte a nivel Centroamericano ha destacado con resultados positivos. Gracias a los logros de algunos deportes individuales como el taekwondo, la marcha, la vela y nivel colectivo como el béisbol, baloncesto y en los años sesenta y setenta el fútbol con destellos de calidad, incluso con un excelente resultado en Juegos Olímpicos. Guatemala como país ha sido reconocido por el trabajo que realizan distintas instituciones que trabajan para promover la cultura física a nivel nacional. Existe un sistema del deporte en Guatemala, que delega y coordina las responsabilidades de diferentes organismos para la promoción de actividades deportivas que ayudan al desarrollo integral de los ciudadanos y a la buena utilización del tiempo libre de

la juventud, creando y desarrollando hábitos saludables que ayuden a mejorar la calidad de vida de todo guatemalteco.

Al Viceministerio del Deporte y la Recreación se le ha asignado el deber y compromiso de facilitar el Deporte para Todos, no federado y de manera recreativa, para buscar la masificación de la práctica del movimiento por medio del ejercicio físico. Basada en la expansión del servicio gratuito que realiza esta institución, es que este estudio realiza la investigación en las cinco regiones del país que registran mayor participación en las actividades que promueve este organismo, siendo los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén, además que esta delimitación logra capturar la realidad urbana y rural del país, para la promoción y práctica de la recreación deportiva.

Pregunta de investigación

¿Cómo se afecta la identidad de los instructores, promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la institución, en los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén?

Objetivos

General

Determinar el nivel de identidad y orgullo de los colaboradores e instructores, promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación en cinco regiones del país: Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén, con la institución.

Específicos

Los objetivos específicos de este estudio son los siguientes: (a) Verificar si afecta en la motivación y clima laboral la percepción de la población

beneficiaria al asociar a los colaboradores de la entidad gubernamental con el partido político de gobierno actual; (b) Analizar la identidad y el sentimiento de pertenencia de los colaboradores del Viceministerio con la institución; (c) Descubrir el grado motivación de los colaboradores del Viceministerio del Deporte y la Recreación; (d) Verificar si existe un clima laboral positivo dentro de los departamentos a los que pertenecen los colaboradores sobre los que gira el estudio, siendo Coordinación de Academias Deportivas, Jefatura de Supervisión y Jefatura de Promotores Deportivos; (e) Entender si afecta la percepción que tiene la población de asociación política hacia el trabajador público; (f) Apoyar a encontrar mecanismos de mejora para la prestación de servicios, mejorando la calidad y eficiencia de los mismos.

La siguiente tesis intenta comprender de mejor manera el impacto que tiene la percepción de asociación de la sociedad guatemalteca en los colaboradores del Viceministerio del Deporte y la Recreación con el gobierno y el partido político oficial. Así como esto afecta en la identidad y la motivación de los instructores, promotores deportivos y voluntarios. El estudio mide la variable independiente, que es la asociación del instructor, promotor o voluntario con el partido político de gobierno, con las preguntas recibidas por el público en general, sobre su involucramiento político partidista. La tesis analiza sí con la variable independiente se perjudica la identidad del personal con la institución, a través de medir los sentimientos y motivación de los colaboradores del Viceministerio de Deporte y la Recreación al realizar el trabajo designado.

Hipótesis

La identidad de los instructores, promotores deportivos y voluntarios del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la institución, es afectada al ser asociados por la población guatemalteca con el partido político de gobierno en turno.

Tipo de hipótesis

La anterior hipótesis es de tipo causal, bivariada, siendo la causa o variable independiente (la asociación del instructor, promotor deportivo o voluntario con el partido político del gobierno actual) y la variable dependiente o efecto (la identidad de los instructores, promotores deportivos y voluntarios del Viceministerio del Deporte y la Recreación es afectada).

Definición conceptual de las variables

Identidad

Según la Real Academia Española, la identidad puede ser las siguientes definiciones: a) Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. b) Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás. (Real Academia Española, 2016).

Instructores

La definición de instructor, según la Real Academia Española es alguien “que instruye.” Para encontrar una definición más exacta, se buscó también la definición de “instrucción” en la misma fuente con el siguiente resultado, “Curso que sigue un proceso o expediente que se está formando o instruyendo” (Real Academia Española, 2016).

Promotores Deportivos

Según el “Manual de Organización y Funciones” del Ministerio de Cultura y Deportes, los promotores deportivos “promueven la participación de la población Guatemalteca en los programas deportivos y recreativos” (Ministerio de Cultura y Deporte, 19

Voluntario

Según la Real Academia Española, un voluntario es una “persona que, entre varias obligadas por turno o designación a ejecutar algún trabajo o servicio, se presta a hacerlo por propia voluntad, sin esperar a que le toque su vez” (Real Academia Española, 2016).

Viceministerio del Deporte y la Recreación

Según el “Manual de Organización y Funciones” del Ministerio de Cultura y Deportes, el Viceministerio del Deporte y la Recreación es “el encargado de velar por el desarrollo y promoción del deporte no federado y no escolar del país” (Ministerio de Cultura y Deporte, 19).

Afecta

Se encuentra en la Real Academia Española varias definiciones para “afectar” dentro de las posibilidades es la siguiente. Afectar es “Afectar a alguien, causando en él alguna sensación”. También, se puede definir como “producir alteración o mudanza en algo”.

Asociación

El hecho de establecer relación entre personas, cosas, ideas o hechos. (Real Academia Española, 2016).

Población Guatemalteca

Según la Real Academia Española una población se puede definir como “un conjunto de personas que habitan en un determinado lugar”. Guatemalteco, según la misma fuente, es alguien “natural de Guatemala, país de América, o de su capital”. Esta investigación se enfoca en la población Guatemalteca como el conjunto de personas de Guatemala, un país Americano (Real Academia Española, 2016).

Partido Político

Según la Ley Electoral y de Partidos Políticos contenida en el Decreto número 1-85 de la Asamblea Nacional Constituyente, modificado recientemente por el Decreto número 10-04 del Congreso de la República de Guatemala, un partido político es el siguiente: “Los partidos políticos legalmente constituidos e inscritos en el Registro de Ciudadanos, son instituciones de derecho público, con personalidad jurídica y de duración indefinida, salvo los casos establecidos en la presente ley, y configuran el carácter democrático del régimen político del Estado”. (Tribunal Supremo Electoral, 2016).

Definición operacional de las variables

La variable independiente (causa) es: la asociación del instructor, promotor deportivo o voluntario con el partido político del gobierno actual. Las formas de medir la variable son: (a) Preguntas o comentarios recibidos por el público beneficiario de servicios o sociedad en general, de la asociación del colaborador con el partido político oficial o la participación del trabajador en realizar propaganda para los funcionarios públicos actuales; (b) Preguntas o comentarios recibidos por el público en general, sobre la participación en realizar propaganda a favor del partido político del gobierno que dirige la administración pública, durante la campaña electoral.

La variable dependiente (efecto) es: la identidad con la institución se ve perjudicada. Formas de medir la variable: (a) Sentimientos con el uniforme puesto, si el colaborador siente orgullo y la sensación al sentir la reacción de la sociedad al estar uniformado y ser identificado como trabajador gubernamental; (b) Motivación laboral, la tendencia de quedarse en la institución con la posibilidad de otra oportunidad laboral con el mismo salario, comodidad con el ambiente laboral y la comunicación con el jefe superior inmediato o encargado del departamento de trabajo; (c) Ambiente laboral, los sentimientos que los trabajadores se expresan o se identifican dentro del lugar de trabajo.

Para mostrar las variables, los indicadores y la relación de las variables e indicadores con la técnica, se elaboró el siguiente cuadro (**Véase Apéndice A, Cuadro No. 1, Matriz de Variables**).

Metodología

La metodología utilizada para recabar la información consistió en una investigación descriptiva para analizar y detallar los resultados que informaban los colaboradores de la institución. Se utilizó como técnica e instrumento las encuestas y entrevistas para investigar el tema, en donde los individuos mediante las respuestas describieran el nivel de identidad o falta de la misma con la entidad gubernamental. Se utilizó el método deductivo para descubrir la repetición de las ideas y del sentir que las personas mostraban al responder de lo general a lo específico.

Enfoque

La presente investigación es de enfoque mixto debido a la utilización de un enfoque académico, (expuesto por el marco teórico), cuantitativo, (basado en la investigación y resultados de las encuestas), y cualitativo (en las entrevistas realizadas).

Diseño

El formulario de encuestas contuvo un párrafo de instrucciones para guiar al participante y asegurar a los encuestados que las respuestas serían anónimas (**Véase Apéndice C, Boleta de Encuesta**). El párrafo lee “Agradecemos el tiempo para contestar esta encuesta, por favor marcar una X en la respuesta que lo identifique. Es anónima, confidencial y no afectará el trabajo que realiza en la institución. Las respuestas servirán para una tesis de Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos de la Universidad Galileo”. Es importante especialmente en un ambiente laboral asegurar a los participantes que los resultados no tendrán ningún impacto en sus actividades laborales. En el Viceministerio del Deporte y la Recreación no existe mucha cultura de investigación, entonces una encuesta de este tipo puede generar miedo o preocupación en los colaboradores, ya que lo ven como algo nuevo y extraño. Este párrafo de instrucciones les asegura la confidencialidad y les afirma que los resultados solo serán utilizados por la Universidad Galileo, mostrando así que no

hay alguna otra intención más que el estudio y que no pueden perder sus trabajos a través de la participación.

El proceso de administración de las encuestas también se estableció de una manera confiable en lugares que fueron conocidos por los participantes, desarrollándose durante las actividades normales de trabajo que ellos ya conocían con anterioridad y en donde realizan con regularidad sus responsabilidades, lo que creó un ambiente seguro, positivo, y confidencial para que los que participaron se sintieran cómodos y les permitiera responder lo más honestamente posible. Todas las encuestas se administraron con el mismo color de bolígrafo (negro) y así nadie pudiera hacer la utilización de otro color. Así ellos se percataban de que el investigador no podía distinguir cual era el formulario que respondían entre todas las encuestas.

También, en las respuestas solo se necesitaba marcar una X esto para generar aún más confianza ya que no se puede ver y comprar el estilo de escritura. Tampoco se colocó la opción de nombre o ninguna otra forma de identificación. Después de la encuesta, los participantes metieron su formulario en un sobre marcado con el nombre del centro donde se elaboraba la actividad. De esa manera se aseguró a la población encuestada que su participación era secreta, confidencial y anónima. Igualmente, durante el proceso de respuesta solo el investigador estuvo presente sin ningún jefe de los departamentos en los que laboran, ya que se pidió a los encargados privacidad para estos grupos participantes. Además, se prohibió la conversación entre las distintas personas durante la administración de la encuesta.

El formulario de la encuesta tiene un total de 3 preguntas para describir la población encuestada y 6 preguntas que tienen contenido específico para la investigación. Primero se escribió la pregunta “¿Cómo se siente con el ambiente laboral de la institución?”, las respuestas incluyen: cómodo, incomodo, indiferente o quiero cambiar de trabajo. El propósito de esta pregunta es para evaluar en general el sentimiento del colaborador en cuanto su afinidad a la institución. También, como es la primera pregunta, sirve para orientar al

participante al tema del estudio con una pregunta general sobre sus sentimientos en el ámbito laboral

Además, es necesario entender la relación entre el jefe y el participante para poder ver esto como un variable que puede influir en las respuestas a la encuesta. La segunda pregunta entonces es: “¿La comunicación con su encargado o jefe superior es?”, las respuestas incluyen: buena, regular, y mala. Entonces el participante puede indicar la manera en que es la comunicación con su jefe como una reflexión a la relación con ellos. Aquí entendemos si la comunicación con su encargado es buena, probablemente se identifican más fácil con ellos y se sienten más cómodos en el ambiente laboral por el tipo de liderazgo con que mantiene el ambiente de trabajo. Si alguien responde que la comunicación es mala puede indicar una gran falta de comunicación entre los dos y puede sugerir que el participante no se identifica tanto con la institución. En general, esta pregunta pretende demostrarnos como la comunicación con su jefe puede influir la percepción de identidad de la persona con el Viceministerio del Deporte y la Recreación.

Como se expone en el marco teórico, el vestimento de una persona muestra y ayuda a formar, confirmar y trasformar la identidad de un individuo. Por eso, la tercera pregunta es “Al usar uniforme de la institución usted:”, las respuestas son: siente orgullo, teme que le asocien con el partido de gobierno, le es indiferente. Esta pregunta pretende medir un aspecto importante de la identidad laboral como es la utilización del uniforme. Las personas al ponerse ropa de la institución no solo tienen una reacción propia si no también ganan una reacción de otras personas con quién interactúan dentro del espacio social en que se desenvuelven. Por eso al poner el uniforme se puede generar un rango de sentimientos propios como orgullo, vergüenza, o hasta miedo. También, puede ser que el participante pone el uniforme sin pensar o ganar mucha reacción y atención de otras personas y por eso se siente indiferente, incluso llegar a pensar que es más respetado. El sentimiento con el uniforme mide una variable clave para este estudio.

Esta investigación también busca entender la motivación laboral de los instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios de este Viceministerio. Por eso, la cuarta pregunta es: “Cuando va a sus actividades laborales usted:”, las respuestas son: va motivado, se siente aburrido, es un día más”. El propósito de esta pregunta es captar los sentimientos de los trabajadores al ir a ejecutar las labores que le corresponden en su trabajo, esto realizado de otra forma como en la tercera pregunta sobre el uniforme. Es importante preguntar de varias maneras y tratar de medir estos sentimientos con diversas variables para que el estudio tenga validez. Es por eso entonces que la cuarta pregunta pretende medir la motivación de los trabajadores cuestionándoles de otra forma.

Si los trabajadores reportan que se sienten motivados al ir al trabajo, puede ser que muestra que el trabajo consiste de una parte grande de su auto-percepción, confianza e identidad y que les gusta lo que hacen ya que la mayoría fueron deportistas. En esta pregunta damos dos opciones negativas “se siente aburrido” o “es un día más” porque sabemos que estando en su ámbito laboral, tal vez los participantes tendrán miedo de expresar que están aburridos. Entonces la opción “es un día más” les da una oportunidad para expresar este mismo sentimiento, pero de una manera más suave. Esta pregunta nos ayuda a entender mejor la motivación laboral que es una muestra importante sobre la identidad.

La penúltima pregunta se trata de la percepción pública durante el trabajo cotidiano del participante. La pregunta es “Alguna vez le han preguntado mientras presta el servicio a un beneficiario:”, los candidatos pueden escoger entre las respuestas: usted es del partido del Gobierno, hizo campaña política, no me han preguntado”. Esta cuestión se reservó casi al final de la encuesta para no perjudicar los resultados de las primeras preguntas. Por ejemplo, si los candidatos tienen preocupaciones sobre la percepción de su involucramiento gubernamental puede generar más respuestas negativas o perjudicar el estudio. También por eso, la pregunta no es la última tampoco para ver si se haya inconsistencias y para entender de mejor manera la percepción general de la

persona mientras se encuentra respondiendo la encuesta. Esta pregunta mide la experiencia de los instructores con el público en general, con el que tienen contacto mientras ejercen el servicio, dicho de otra forma, con los beneficiarios del trabajo que realiza el Viceministerio del Deporte y la Recreación.

La mayoría de participantes en los programas son niños y jóvenes, con la interacción de padres de familia que por lo regular no tienen una misma afiliación política. Por eso, puede surgir que alguien durante el curso del día hace un comentario a los instructores y les cuestione algunas cosas del trabajo del Estado. Por eso es importante saber si es común que los beneficiarios hacen estas observaciones o comentarios a los instructores para ver la influencia de esta percepción y asociación pública, que tiene un vínculo con la auto-percepción, motivación laboral, orgullo, e identidad de los instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios. Otra vez, se escogió dos opciones para poder capturar de ambas formas si los colaboradores han recibido conversaciones sobre este factor. Por lo que se les permite entonces que pueden indicar que les han comentado los que reciben los programas sobre si son del partido político del gobierno actual o si hizo campaña durante el proceso de votaciones generales para la elección de nuevas autoridades a cargos públicos, ambas respuestas muestran una cierta percepción pública.

Para finalizar la encuesta, la última pregunta trata de obtener la verdadera motivación entre el grupo de participantes, tratando de medir si el trabajo que desarrollan en la entidad es para obtener un salario fijo o de verdad porque se identifican con la institución. Entonces se preguntó: "Si en este momento tiene una oportunidad laboral en otra institución con el mismo salario usted:", las opciones para responder: se queda en el puesto actual o se va a la otra institución. Si la persona responde que iría a otra institución, indica que no se identifican tanto con la organización o que posiblemente la asociación con una entidad gubernamental les influye negativamente en sus vidas e intereses personales y profesionales. Si la persona indica que a pesar del ofrecimiento y oportunidad de trabajo en otro lugar este se quedaría, muestra que tienen

mucho compromiso con la organización y que es una parte importante de su identidad.

La población encuestada fue una muestra de 95 colaboradores de 100 que laboran en las cinco regiones del país donde se desarrolló la investigación representando el 95 por ciento de la totalidad. La parte de la población encuestada fue 25 instructores deportivos que representan la totalidad que existe de este puesto en todo el país y que realizan la actividad en la región Metropolitana que representa al departamento de Guatemala; 65 promotores deportivos departamentales de 71 que ejecutan las labores en 13 departamentos del país, unidos por regiones identificados en Central que consiste en los departamentos de Chimaltenango, Sacatepéquez y Escuintla, región Nororiental que consta de los departamentos de Chiquimula, El Progreso, Izabal y Zacapa, región Suroriental que abarca los departamentos de Quetzaltenango, Retalhuleu, San Marcos, Suchitepéquez, Sololá y Totonicapán, representando el 95 por ciento del total de promotores deportivos departamentales; 5 voluntarios en la región Petén que representan la totalidad de voluntarios que enmarcan los lugares donde se desarrolló el estudio.

La elaboración de las encuestas se desarrolló durante diferentes capacitaciones que el departamento de Coordinación de Academias Deportivas del Viceministerio del Deporte y la Recreación realizó en las cinco regiones que abarca el estudio. La dinámica consistió en que la Dirección de Áreas Sustantivas citó para capacitación al personal de instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios en diferentes departamentos de Guatemala involucrando al personal que laboraba en la región más cercana. Los eventos en cada lugar comenzaban de las diez de la mañana y finalizaban a las cinco de la tarde. Las encuestas se desarrollaron de manera individual en instalaciones del Viceministerio del Deporte y la Recreación y salones municipales. La dinámica fue pasar las encuestas al finalizar la parte teórica de la capacitación en las regiones Metropolitana, Central y Nororiental. Mientras que en las regiones Suroriental y Petén, las encuestas se realizaron al

finalizar el evento en la gramilla de los campos de fútbol donde se ejecutaron las actividades prácticas.

Cronograma: Encuestas

Las encuestas se realizaron durante los meses de marzo a julio del año 2015, de la siguiente manera:

Miércoles 11 de marzo, Centro Recreativo Erick Bernabé Barrondo, ciudad de Guatemala.

Jueves 12 de marzo, Salón el Porvenir de los Obreros, departamento de Chiquimula.

Viernes 13 de marzo, Complejo CDAG, Santo Tomas de Castilla, Puerto Barrios, departamento de Izabal.

Sábado 14 de marzo, campo de fútbol estadio San Benito, departamento Petén.

Lunes 29 de junio Complejo Deportivo Rubelio Recinos Correa, departamento de Santa Rosa

Miércoles 1 de julio, Teatro Municipal y Estadio Los Cuchumatanes, departamento de Huehuetenango

Jueves 2 de julio, Canchas Pro Fútbol, departamento de Quetzaltenango

Viernes 3 de julio Polideportivo del Parque Erick Bernabé Barrondo zona 7, Ciudad de Guatemala.

Además de las encuestas, también se utilizó entrevistas como instrumento de investigación para el estudio y encontrar si es afectada la

identidad de los colaboradores hacia la institución, debido a la percepción de asociación del instructor deportivo, promotor deportivo departamental y voluntario con el partido oficial de gobierno de parte de la población en general. Se realizaron 10 entrevistas con diferentes personas que tienen relación con las actividades que realizan los instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios. Siendo 2 coordinadores de la Jefatura de Supervisión, 2 instructores deportivos, 2 promotores deportivos departamentales, 1 asistente del Coordinador de Academias Deportivas, 1 voluntario, 2 beneficiarios que asisten a los servicios que prestan los colaboradores de la institución. La muestra es diversa para tener varias perspectivas sobre la identidad de los colaboradores con la institución y si les afecta o no la percepción de asociación que realizan la población guatemalteca con el partido político representado en quienes ejercen el poder público. Las entrevistas se realizaron en dos partes, las primeras en marzo a junio 2015 y las segundas en abril 2016.

Tanto las entrevistas como en las encuestas, el proceso de la conversación tuvo que asegurar a las personas que las respuestas serían confidenciales y anónimas en la presentación del estudio, esto para crear confianza y libertad para obtener respuestas honestas y orientadas a la realidad, debido a las múltiples preocupaciones de los colaboradores por mantener su trabajo y de tener alguna represalia o problemas laborales si no respondían de manera positiva hacia la institución. Se planificó realizar las entrevistas con los diferentes participantes para dialogar un tiempo que durara media hora y efectuarlas en un lugar diferente de la oficina, en donde no estuvieran los jefes inmediatos y encargados, esto para poder conversar en un ambiente relajado, libre del estrés del trabajo cotidiano.

Las entrevistas se realizaron en varios lugares, pero principalmente en cafés y restaurantes, así como las últimas por llamada telefónica en horarios que el entrevistado se encontrara en su hogar, nuevamente fuera del lugar de labores y donde se sintiera cómodo, así como familiarizado. Todo esto para tener privacidad para hablar. Al empezar el diálogo, se explicó a la persona

entrevistada el propósito del estudio y fue asegurado que las respuestas solo serían utilizadas para la elaboración de una tesis académica para la Universidad Galileo, para la Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos. Después de presentarles el propósito de la investigación y exponer sobre la confidencialidad, se preguntó si estarían de acuerdo de seguir con la entrevista, a lo que todas las personas que participaron aceptaron continuar y participar en este proceso y dieron el permiso a este investigador y la autorización para compartir la información que surgiera en ese momento (en forma anónima) para la presente tesis.

Para asegurar el compromiso de que los resultados de las personas serían anónimos, cada entrevista tiene un código numeral y solo el autor tiene acceso a un documento guardado en su computadora, que tiene los nombres de los participantes junto con el código que se indica. Este documento tiene una contraseña que el autor es la única persona que sabe el código designado. Durante las notas que fueron tomadas en el diálogo, estas fueron escritas en un programa en Microsoft Word en computadora y en una libreta de apuntes en papel, asegurando con la persona que contestaba, si existía alguna duda sobre el contenido y/o significado de las preguntas y sus opiniones.

La entrevista empieza con dos preguntas que ayudan a hacer empatía con el participante y crear una conexión con los entrevistados (***Véase Apéndice D, Guía de Entrevista***). Como todos trabajan en deporte recreativo y por lo general la mayoría fue deportista o cuenta con estudios de educación física o alguna especialidad de un deporte en específico, siempre se abrió la conversación con las preguntas: “¿Qué deporte es su favorito?”, “¿Cuál es su visión del deporte?”. Ya que la práctica de actividad física y deportiva recreativa es un interés común como parte del perfil de todos los instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios, las personas se relajaron los primeros minutos hablando sobre estos temas, lo que les gustaba de su deporte favorito, las experiencias personales que han tenido durante la práctica del mismo o como entrenadores, la manera que les ha ayudado en la vida la práctica del ejercicio y como este sirve para mejorar la vida de los demás.

Después de las preguntas introductorias, las entrevistas trataron el tema de la organización y papel que juega el Viceministerio del Deporte y la Recreación en general. Esto ya con un ambiente que el entrevistado conocía y se sentía identificado, estas preguntas sirvieron para abrir el tema de su trabajo en este Viceministerio y empezar a conocer sus opiniones al respecto. Preguntándoles acerca del objetivo del Viceministerio del Deporte y la Recreación y el papel que juega en Guatemala para el desarrollo integral de los miembros de la sociedad. Luego que ya estaban con la confianza de hablar de temas laborales, se utilizó la pregunta: “¿Qué se necesita para mejorar el servicio que actualmente se presta?”, para que tengan la oportunidad de compartir sus sugerencias y darles poder en la entrevista, abriéndoles un espacio de sugerir algo que falta en su respectivo departamento y en el Viceministerio en general.

Las preguntas que siguieron empezaron de tratar el tema principal de la tesis, que consiste en la identidad de los instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios con la institución, sobre cómo influye en ellos la asociación que la población guatemalteca y beneficiarios de los servicios, hacen con los partidos políticos debido a que es un trabajador gubernamental. Empezando a preguntar de manera más específica sobre la opinión y que percepción tiene y denota sobre si los colaboradores que laboran en los puestos que investiga este estudio sienten orgullo por pertenecer a la institución. Las preguntas eran: “¿Creé que los instructores, promotores deportivos y voluntarios se sienten orgullosos de ser parte del Viceministerio del Deporte y la Recreación?”. Esto para tener una respuesta sobre un tema de valor, pero orientado hacia otra persona que bien pudiera revelar un reflejo de la misma identidad y orgullo que la persona siente por el trabajo que cuenta, pero se inició haciendo la pregunta de esta manera impersonal para luego con más confianza al final la entrevista realizar una pregunta similar pero ahora de manera directa y personal.

Luego, se pasó al tema que altera la dinámica de la entrevista al preguntar sobre la asociación que la población hace del trabajador

gubernamental con la política y los partidos políticos, principalmente con el partido oficial que tienen el poder. Nuevamente se hace la cuestión de manera impersonal para introducir de a poco la pregunta directa para obtener la respuesta propia del entrevistado sobre su propia experiencia. Por lo que la pregunta era la siguiente: “¿Usted cree que los instructores, promotores deportivos y voluntarios son asociados con el partido de gobierno de turno por los beneficiarios de la institución?”. Logrando obtener la opinión, que también puede contener rasgos de experiencias propias.

Ya con las dos respuestas anteriores se realizó la pregunta directa sobre lo que la persona ha vivido siendo: “¿A usted le han preguntado beneficiarios de los servicios que prestan, si usted es del partido político de gobierno actual o si hizo campaña política y por eso trabaja en la institución?”. Obteniendo una respuesta propia y por regular similar a la que contestaron con anterioridad y sirve para confirmar la información obtenida. La penúltima pregunta trata de bajar el sentimiento de estrés o compromiso que sintió al responder la anterior, hablando más acerca de cómo se siente dentro del ambiente de trabajo y dando la oportunidad de que exprese ideas para la mejora del mismo, para empoderarlo nuevamente en la entrevista y darle nuevamente confianza para obtener respuestas honestas. Siendo la pregunta siguiente: “¿El ambiente de trabajo le agrada o de debe mejorar algunos aspectos?”. Al obtener una respuesta se le decía: “¿Cómo cuáles?”, para lograr la dinámica en que el entrevistado haga propia la importancia de las consultas.

Para finalizar la entrevista, se reservó la pregunta personal sobre el sentimiento de orgullo que le genera al vestir con el uniforme de la institución y ser visto por las demás personas, identificándolo con el gobierno actual. Y como se menciona en el marco teórico, la vestimenta crea identidad y efectos en las personas que lo portan, así como reacciones de la sociedad a la que pertenece. Además, que una de las causas por lo que el estudio se piensa en realizar, fue por la y no utilización del uniforme de algunos trabajadores públicos. Por lo que la pregunta fue: “¿Usted se siente orgulloso de vestir con el uniforme del Viceministerio del Deporte y la Recreación en actividades públicas?”, y sea cual

sean las respuestas se busca re afirmar lo que dicen por medio de a interrogante “¿Por qué?” para conseguir una profundidad más amplia de validación en las ideas que contienen las respuestas que se obtienen.

La última pregunta se dejó al final de la entrevista para buscar si existían inconsistencias en las repuestas anteriores que daban, cuando las cuestiones eran similares pero enfocadas a una tercera persona. Esta pregunta mide las diversas experiencias personales en el ejercicio de sus labores y el contacto con los beneficiarios del Viceministerio. La respuesta a la pregunta ya cuenta con una carga de conocimiento anterior, según la respuesta que allá dado cuando se le preguntó sobre si piensa que a los demás colaboradores la población los asocia con el partido político oficial, ya que el vestirse con uniforme produce la intención de ser identificado con la entidad gubernamental que representa, más aún cuando la mayoría de las actividades del Viceministerio son de carácter público y de interacción con la sociedad guatemalteca.

Cronograma: Entrevistas

Las entrevistas se realizaron durante los meses de marzo a julio del año 2015 y otras en abril 2016, de la siguiente manera:

Miércoles 11 de marzo, & Café Miraflores (Dirección. 21 Avenida 4-32 Zona 11), Ciudad de Guatemala.

1 Promotor Deportivo (código: #1001)

Sábado 14 de marzo, Centro Comercial Mundo Maya de Flores (Dirección: Kilometro uno (Frente al Aeropuerto), Ciudad Satélite, sobre la Carretera de Flores a Guatemala, en Jurisdicción Municipal de Flores), Departamento de El Petén

1 Voluntario (código: #2002)

Miércoles, 18 de marzo, Centro Deportivo Campo Marte, (Dirección: 15 Avenida 32 Calle Final, Zona 5) Ciudad de Guatemala

2 Beneficiarios de Servicios (código: #3003, #4004)

Lunes 29 de junio, Pollo Campero (dirección: 2 Calle 0-19 Zona 2, Barberena),
Departamento de Santa Rosa

1 Promotor Deportivo (código: #5005)

Miércoles, 18 de marzo, & Café Miraflores (Dirección. 21 Avenida 4-32 Zona 11),
Ciudad de Guatemala.

2 Instructores Deportivos (código: #6006, #7007)

Martes, 7 de julio 2015, Patsy (Dirección 6a. Calle, 5-13 Zona 1) Ciudad de
Guatemala

1 Coordinador de Jefatura de Supervisión (código: #8008)

Martes 19 de abril 2016, Por Teléfono

1 Coordinador de Jefatura de Supervisión (código: #9009)

1 Asistente Coordinación Academias Deportivas (código: #1111)

Población y muestra

La población de la siguiente investigación cuenta con 95 participantes en las encuestas con 61 siendo hombres y 34 siendo mujeres. En total, 10 personas participaron en las entrevistas, 2 mujeres y 8 hombres. La población encuestada fue una muestra de 95 colaboradores de 100 que laboran en las cinco regiones del país donde se desarrolló la investigación representando el 95 por ciento de la totalidad. La parte de la población encuestada fue 25 instructores deportivos que representan la totalidad que existe de este puesto en todo el país y que realizan la actividad en la región Metropolitana que representa al departamento de Guatemala; 65 promotores deportivos departamentales de 71 que ejecutan las labores en 13 departamentos del país, representando el 95 por ciento del total de promotores deportivos departamentales; 5 voluntarios en la región Petén que representan la totalidad de voluntarios que enmarcan los

lugares donde se desarrolló el estudio. La siguiente formula fue la que se aplicó para esta tesis:

Promotores deportivos, instructores, voluntarios

$$X/Y = Z*100 = \%$$

$$95/100 = 0.95*100 = 95\%$$

X = muestra

Y = población

Z = variable obtenida

Técnicas

El primer instrumento aplicado fue una encuesta administrada con 10 preguntas (***Véase Apéndice C, Boleta de encuesta***). También se utilizó un formulario de entrevista (***Véase Apéndice D, Guía de entrevista***).

Análisis y Discusión de Resultados

Análisis de resultados (encuestas)

Para encontrar los resultados de la investigación, se realizaron entrevistas a los colaboradores de la institución que fueron seleccionados para este estudio. A continuación, se presentan los resultados con cuadros, gráficas y explicación de las entrevistas realizadas a los instructores, promotores deportivos y voluntarios del Viceministerio del Deporte y la Recreación, en las cinco regiones de Guatemala donde se realizó el estudio: Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén, obteniendo los resultados siguientes:

Género de los encuestados

Al iniciar las entrevistas se realizó la primera pregunta para identificar el género de los encuestados, la que consistía en responder entre las dos opciones “hombre” o “mujer.” Todos los participantes respondieron a esta pregunta, lo que permitió conocer mejor a la población participante y ver la variedad de género que existe en la entidad gubernamental, lo que también tiene el análisis respectivo según la identidad que demuestran con la institución y la motivación que tienen al realizar las diversas actividades, por la naturaleza de actividad física de las mismas, siendo los siguientes resultados: Los participantes tuvieron la opción de escoger entre dos géneros “hombre” o “mujer.” El propósito de ver este variable es conocer mejor la población de encuesta. También, si hubiera una variedad en respuestas se puede ver si el género de las personas afecta a su motivación en el clima laboral o su identidad. Todos, los 95 participantes respondieron a esta pregunta.

De la población encuestada, más que la mitad, o 64 por ciento, de los participantes son hombres y el resto, 36 por ciento son mujeres (**Véase Apéndice E, Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 3 y gráfica No. 1**). Solo una de cada tres personas que labora en el sector del Viceministerio del Deporte y la Recreación que participaron en la encuesta son mujeres. Esta baja cantidad puede mostrar los desafíos en generales que las mujeres enfrentan y también especialmente en el sector público donde la mayoría de cargos de la

administración pública son dados a hombres. También se puede pensar que esto sucede debido a la naturaleza de las actividades en la institución, ya que son acciones que necesitan desempeño físico para realizar la labor encomendada, así como el riesgo que tiene el colaborador al realizar la actividad muchas veces al aire libre, trasladarse a diario a diferentes lugares utilizando transporte público, teniendo contacto con diversas personas los hace vulnerable a las reacciones de estos.

Edades de los encuestados

Todos los encuestados tuvieron la opción de responder dentro de diferentes parámetros, en qué edad se encontraban, ya que es de suma importancia para el análisis, debido a que la actividad que realizan es por medio de la práctica física y ver la diferencia de las respuestas, siendo la mayoría jóvenes. Las opciones fueron divididas en: 20 – 30 años, 31 – 40 años, 41 – 50 años, y 51 años para arriba, obteniendo los siguientes resultados. Los siguientes resultados, tanto como en el género de los participantes, se informa sobre la población de participantes que respondieron a la encuesta. Los participantes tuvieron un espacio blanco en el examen donde llenaron su encuesta. Es importante obtener información sobre las edades de los participantes para distinguir si habrá una diferencia entre grupos de diversas edades. Para analizar los diversos grupos, se dividió las edades de los participantes en cuatro categorías: 20 – 30 años, 31 – 40 años, 41 – 50 años, y 51 años para arriba. La edad contribuye a la construcción de identidad de una persona, tanto como la edad y el variable que sigue, la etnicidad.

De 95 personas entrevistadas, el 83 por ciento tienen entre 20 a 40 años. Solo 16 por ciento de los participantes son mayores de 41 años, con 13 personas mayores de 41 años y solo tres personas que tienen más de 51 años (***Véase Apéndice F, Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 4 y gráfica No. 2***). La población laboral del Viceministerio del Deporte y la Recreación es realmente joven con pocas personas mayores de 40 años que están trabajando en estas actividades. Una razón por lo cual puede ser que el

trabajo requiere de energía y desgaste físico y por eso las personas más jóvenes están interesados en trabajar en estos puestos y reclutados para trabajar en estas actividades.

Etnicidad de los encuestados

Por ser en la historia de Guatemala un país multilingüe y pluricultural, es importante conocer la etnicidad de los encuestados que laboran en la institución, por lo que los instructores, promotores deportivos y voluntarios del Viceministerio del Deporte y la Recreación, tuvieron la oportunidad de responder a tres diferentes opciones: “indígena”, “mestizo” u “otro”, siendo los siguientes resultados. Como Guatemala es un país diverso, también es importante conocer la etnicidad de los participantes en este estudio. Los participantes tuvieron la opción de marcar “indígena”, “mestizo” u “otro” en la encuesta. Todos los participantes respondieron a esta pregunta. La etnicidad, tanto como el género y la edad, forma una parte importante de la identidad de las personas, especialmente en un país como Guatemala.

La mayoría de los participantes, o 75 por ciento, se identificaron como “mestizo” mientras que solo 25 por ciento se identificaron como “indígena” (*Véase Apéndice G, Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 5 y gráfica No. 3*). Una cuarta parte admite que proviene de familia indígena. Desafortunadamente, todavía existe una estigma en el país que las personas tienden de no identificar como indígena en la ciudad capital pero en otras partes del país no existe el mismo perjuicio. Entonces, es posible que el número de personas de familias indígenas puede ser más alto de lo que está reportado en estas encuestas.

Escolaridad de los encuestados

En la búsqueda por conocer el perfil académico de los colaboradores, en las encuestas todos los participantes respondieron como pregunta de información general, el grado de escolaridad con el que contaban, respondiendo entre las siguientes opciones: “Primaria” “Básico” “Diversificado” o “Universidad”,

obteniendo los resultados que se presentan a continuación. La última pregunta en la encuesta que sirvió para información general sobre la población encuestada se trató de la escolaridad de los encuestados. Los participantes reportaron el último grado cursado como “Primaria” “Básico” “Diversificado” o “Universidad”. La escolaridad muestra la capacitación académica de los instructores en el Viceministerio de Deporte y la Recreación que también es una parte importante de su identidad tanto como su género, edad, y etnicidad.

Casi todos los instructores del Viceministerio de Deporte y la Recreación terminaron su carrera educativa con el nivel de Diversificado (***Véase Apéndice H, Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 6 y gráfica No. 4***). Solo una persona tiene un nivel de educación menor de Diversificado. Además, solo hay un 6 por ciento de los participantes que asistieron o terminaron una carrera universitaria. Estos resultados muestran que el reclutamiento para estos plazos requiere un nivel de Diversificado. Probablemente, la mayoría de trabajadores en cargos administrativos manejan un nivel de educación más alto. También, como muchos de los instructores fueron atletas, puede ser que no les exigía un alto nivel de educación por sus carreras deportivas. Como en Guatemala no hay un sistema desarrollado de deportes universitarios, limita a los estudios de los atletas.

Sentimiento en ambiente laboral

Para obtener los resultados de la presente investigación se comenzó a investigar sobre el sentimiento que tienen los instructores, promotores deportivos y voluntarios que laboran dentro del Viceministerio del Deporte y la Recreación, sobre el Ambiente Laboral en sus respectivos departamentos de trabajo, lo que nos da el sentir en general que se maneja en la institución, las responsabilidades de los diferentes colaboradores son parecidas y varían en el lugar geográfico en el que realizan las actividades, por lo que tuvieron las opciones de respuesta a la pregunta: “¿Cómo se siente con el ambiente laboral de la institución?” con las opciones: “Cómodo” “Incómodo” “Indiferente” o “Quiero cambiar de trabajo”. Obteniendo los siguientes resultados sobre el clima laboral de la entidad.

Todos los participantes respondieron a la pregunta “¿Cómo se siente con el ambiente laboral de la institución?” con uno de las siguientes opciones: “Cómodo” “Incómodo” “Indiferente” o “Quiero cambiar de trabajo”. Esta pregunta se pretende medir si los participantes se sienten cómodos en sus trabajos con el fin de evaluar si hay un clima laboral positivo dentro de los departamentos de Academias Deportivos. Casi todos los instructores del Viceministerio de Deporte y la Recreación reportaron que se sienten cómodos dentro de las instalaciones y en el ambiente laboral en general (**Véase Apéndice I, Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 7 y gráfica No. 5**). Este resultado muestra que existe un clima laboral positivo dentro de estos centros deportivos. También, el sentimiento de comodidad puede también ayudar a motivar a los trabajadores, haciendo que vienen a trabajar con mas motivación porque existe un ambiente positivo.

Comunicación con encargado

En las encuestas se buscó estar enterados del tipo de comunicación con el encargado o superior en los diversos departamentos, de todos los colaboradores del Viceministerio del Deporte y la Recreación encuestados, por lo que se les realizó la pregunta “¿Cómo es la comunicación con su encargado o jefe superior?” con las opciones: “bueno”, “regular” o “mala”. Logrando medir la manera en que se comunican dentro de los diferentes grupos, obteniendo los siguientes resultados. Todos los participantes respondieron a la pregunta “¿Cómo es la comunicación con su encargado o jefe superior?” con uno de las siguientes opciones: “bueno”, “regular” o “mala”. Esta pregunta se pretende medir la comunicación entre los instructores y los encargados de departamento. La comunicación positiva puede ayudar a construir un ambiente laboral positivo e inspirar y motivar el trabajador. De lo contrario, una comunicación negativa puede desmotivar al instructor y fomentar un ambiente incómoda.

La mayoría, 77.89 por ciento, de los participantes se reportan una comunicación positiva con su encargado mientras un 20 por ciento solo reportan una comunicación regular con sus jefes (**Véase Apéndice J, Análisis y**

Discusión de Resultados, cuadro No. 8 y gráfica No. 6). Entonces, de cada 4 trabajadores, 3 tienen una relación positiva con la autoridad de su departamento dentro del Viceministerio de Deporte y la Recreación. Aunque la comunicación positiva con los encargados puede formar una parte importante del ambiente laboral productivo y cómodo, algunos que reportaron que solo tuvieron comunicación “regular”, también se reportan que se sienten cómodos en el ambiente laboral como 96 por ciento reportaron en el resultado arriba.

Sentimiento con uniforme puesto

Los instructores, promotores deportivos y voluntarios del Viceministerio del Deporte y la Recreación respondieron a las pregunta sobre el sentimiento que tenían al portar el uniforme de la entidad, esta pregunta es esencial para el estudio, ya que es una de las primeras preguntas que el autor de esta investigación se formula de manera personal y que llevó a querer realizar este estudio, al notar en la experiencia laboral, que algunos instructores portaban el uniforme y otros no, al momento de realizar sus actividades, esto abre la pauta para el análisis de la identidad con la institución, ya que al vestirse con el uniforme inmediatamente son percibidos por la población en general como parte del sistema gubernamental, por lo que la pregunta fue: “Al usar uniforme de la institución usted:” con las opciones de respuesta: “siente orgullo”, “teme que le asocien con el partido de Gobierno”, “Le es indiferente”. Por lo que se obtuvo los siguientes resultados.

Todos los participantes respondieron a la pregunta “Al usar uniforme de la institución usted:” con uno de las siguientes opciones: “siente orgullo”, “teme que le asocien con el partido de Gobierno”, “Le es indiferente”. El propósito de esta pregunta es obtener más información sobre los sentimientos de los instructores con el uniforme del Viceministerio puesto. La ropa, especialmente el uniforme, es una parte importante para el instructor porque muestra su pertenecía. También, el uniforme genera una reacción interna y externa, con el uniforme mostrando al público que esta persona trabaja para el Viceministerio de Deporte y la Recreación. Al poner el uniforme del Viceministerio de Deporte y la

Recreación casi todos los instructores sienten orgullo, que muestra que su trabajo es una parte importante de su identidad. Muy pocas personas respondieron negativamente con 3 por ciento reportando que tienen un miedo de asociación y 2 por ciento reportando que están indiferente, o que el uniforme no les causa ningún sentimiento en general (**Véase Apéndice K, Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 9 y gráfica No. 7**). Según estos resultados, los instructores están orgullosos de pertenecer dentro de esta institución y muy pocas personas tienen un miedo de asociación con el partido del gobierno.

Actitud y motivación laboral

Para que el estudio descubriera el nivel de identidad de los colaboradores con la institución, a pesar de la percepción que la población en general realiza de identificar a los colaboradores de la institución con la política partidista, en la investigación se abordó el tema de la actitud y la motivación laboral de los instructores, promotores deportivos y voluntarios del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la pregunta “Cuándo va a sus actividades laborales usted:” y las opciones de respuesta: “va motivado”, “se siente aburrido”, “es un día más”. Obteniendo los siguientes resultados.

Todos los participantes respondieron a la pregunta “Cuándo va a sus actividades laborales usted:” con uno de las siguientes opciones: “va motivado”, “se siente aburrido”, “es un día más”. El propósito de esta pregunta es obtener más información sobre la motivación de los instructores para definir si esta institución crea un clima laboral positivo y saber más sobre los motivos de los trabajadores. De nuevo, los resultados sobre la motivación de los 95 instructores muestran resultados positivos (**Véase Apéndice L, Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 10 y gráfica No. 8**). La mayoría de instructores, o 96 por ciento, van a su trabajo con motivación y solo cuatro personas reportaron que se sienten aburridos o que el día laboral solo es “un día mas.” Estos resultados hablan bien de la institución porque la mayoría de trabajadores tiene motivación, mostrando de nuevo un clima laboral positivo.

Percepción pública de involucramiento política

Las encuestas buscan encontrar la manera en que los instructores, promotores deportivos y voluntarios del Viceministerio del Deporte y la Recreación, se sienten afectados por la percepción de la población en general en Guatemala, sobre los trabajadores públicos, al relacionarlos con la política partidista del país, para encontrar si esto les afectaba sobre la identidad que sienten para la institución. Por lo que se les realizó la pregunta: “Alguna vez le han preguntado mientras presta el servicio a un beneficiario:” con las opciones de respuesta: “Usted es del partido del gobierno”, “hizo campaña política”, “no me han preguntado”. Obteniendo los siguientes resultados.

Todos los participantes respondieron a la pregunta “Alguna vez le han preguntado mientras presta el servicio a un beneficiario:” con uno o más de las siguientes opciones: “Usted es del partido del gobierno”, “hizo campaña política”, “no me han preguntado”. El propósito de esta pregunta entender la percepción pública de los instructores para saber si tiene influencia sobre la identidad de los instructores o su motivación laboral. Los resultados muestran que casi todos los instructores reciben preguntas acerca de su involucramiento política durante el transcurso de sus carreras en el Viceministerio de Deporte y la Recreación. Mas de 80 por ciento de instructores reportan que recibieron preguntas sobre su afiliación al partido político y/o se han participado en hacer campaña (**Véase Apéndice M, Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 11 y gráfica No. 9**). Aunque la mayoría han recibido preguntas sobre su involucramiento, no aparece que hay un efecto negativo en su percepción del clima laboral u orgullo de pertenecer a la institución.

Respuesta a otra oportunidad laboral

El estudio mediante las encuestas buscó obtener la información sobre la lealtad y fidelidad de los instructores, promotores deportivos y voluntarios del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la institución, sobre sí estos se cambiarían de trabajo al tener otra oportunidad laboral similar en ese momento,

buscando identificar el grado de identidad que sienten con la institución. Por lo que todos los encuestado respondieron a la pregunta: “Si en este momento tiene una oportunidad laboral en otra institución con el mismo salario usted:” con las siguientes opciones: “Se queda en el puesto actual” o “Se va a la otra institución”. Se obtuvo los siguientes resultados.

Todos los participantes respondieron a la pregunta “Si en este momento tiene una oportunidad laboral en otra institución con el mismo salario usted:” escogiendo una de las siguientes opciones: “Se queda en el puesto actual” o “Se va a la otra institución”. Esta pregunta mide la lealtad de los instructores hacia el Viceministerio de Deporte y Recreación. Si tuviera un instructor otra oportunidad con el mismo salario y decide quedarse, muestra que tiene una percepción positiva de su trabajo, su identidad y rol dentro del Viceministerio, y que experimenta un clima laboral positivo. Casi todos los instructores del Viceministerio quedarían en la institución, aunque aparecía otra oportunidad laboral (***Véase Apéndice N, Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 12 y gráfica No. 10***). Estos resultados muestran que hay factores fuertes que harían que los trabajadores quedan en la institución como un clima laboral positivo y una relación positiva con su encargado que fortaleza la percepción positiva. Puede ser también que se identifican mucho los instructores con la institución y hace una parte integral de su identidad.

Resultados de la investigación (entrevistas)

Para la presente investigación el autor ha realizado entrevistas dentro de los diferentes departamentos involucrados en el estudio, en donde laboran los instructores, promotores deportivos y voluntarios del Viceministerio del Deporte y la Recreación, para descubrir y analizar las respuestas, basado en los demás resultados obtenidos en las encuestas realizadas al personal, siendo los resultados siguientes:

Deporte favorito

La primera pregunta, “¿Que deporte es su favorito?” se hizo a los 10 participantes en las entrevistas para relajar al individuo y asegurar que la entrevista empezara con un tema que le interesa a la mayoría de participantes, debido a su decisión de trabajar en el tema de deportes dentro del Viceministerio de Deporte y la Recreación. Los entrevistados nombraron varios deportes como sus favoritos. La respuesta más común fue fútbol como deporte favorito de 5 de los 10 participantes. En una entrevista con un Instructor Deportivo (código: #5005), la persona respondió, “Amo el fútbol, lo he jugado siempre y ahora estoy enseñándolo junto con otras actividades aquí en el complejo deportivo. Me gusta ver como avanzan los niños con quien trabajo y como también aman futbol”. Este comentario muestra que algo importante acerca de la identidad de los instructores es el deporte, especialmente su deporte favorito y que buscan también inspirar estos sentimientos de amor por el ejercicio físico y para los deportes en los niños. Ese comentario muestra que la motivación de los instructores y otros trabajadores dentro del Viceministerio de Deporte y la Recreación esta basado en su propia experiencia como deportistas.

Además del fútbol, personal del Viceministerio también escogieron otras actividades deportivas, como el atletismo y nado sincronizada. También, dos personas explicaron que no tienen un deporte favorito pero les gusta diferentes deportes. Un participante (código: #1111) explicó, “No tengo un deporte favorito. Me encantan todos, aunque me gustan más los del conjunto ya que es bonito compartir con amigos y que todos tengamos una responsabilidad.” Aunque esta persona no tiene un deporte favorito, este comentario muestra que también la identidad del personal del Viceministerio no solo esta basado en una experiencia especifica con los deportes sino basado en un sentimiento positivo con los la práctica deportiva y la recreación en general.

Visiones para el deporte

Se les pregunto en las entrevistas a todos los participantes lo siguiente: “¿Cuál es su visión del deporte?”, esto para entender mejor el rol que tiene el

deporte en general para los colaboradores de la institución. De esta manera, se logró que los participantes del Viceministerio de Deporte y la Recreación expliquen acerca de su visión, perspectiva, valores y hasta planes que tienen para el deporte y la recreación. Las visiones explicadas por los participantes de las entrevistas varían entre objetivos de salud y bienestar, metas deportivas y sociales para Guatemala, y hasta la promoción de equidad de género a través del deporte.

Primero, algunos participantes se enfocaron en la importancia del deporte y recreación para el bienestar y salud tanto física como mental. Un Instructor Deportivo (código: #7007) explicó la importancia del deporte de la siguiente manera, “[El deporte] es parte del desarrollo integral del ser humano en cuanto a la creación de valores, salud física y mental. Es algo positivo para quién lo práctica y con regularidad te mantiene el ánimo feliz.” Esta persona especificó que el deporte puede generar desarrollo humano de una forma integral, explicando que la práctica del ejercicio físico crea valores y podría impactar de forma positiva el estado mental del practicante de la cultura física. Para esta persona y otros participantes de las entrevistas, el deporte es clave para el desarrollo humano de forma física y mental y tiene un rol muy importante para la salud en general.

Los colaboradores que participaron en las entrevistas también demostraron visiones para el deporte que incluyen metas sociales para el país y el mundo a través del deporte. Por ejemplo, otro Instructor Deportivo (código: #6006), elaboró su visión para el deporte en Guatemala diciendo que, “Creo que el deporte puede servir para bajar la violencia en el país como ayuda que los niños y jóvenes estén involucrados en algo positivo”. Esta persona vio un rol importante para el deporte a nivel nacional para bajar la violencia, tratando que los niños y jóvenes estén en actividades físicas y utilizando de buena manera el tiempo libre, para romper el ciclo de violencia que existe en el país. Otro participante, el Coordinador de Jefatura de Supervisión (código: 8008) habló sobre un rol aún más grande que puede tener el deporte. Él soñó con el deporte como “una herramienta de paz, el deporte como desarrollador de un mundo

mejor”. Tanto este participante como el anterior muestran una visión positiva sobre la práctica deportiva recreacional, como un poderoso componente de transformación nacional o mundial. Estas dos entrevistas en particular mostraron la esperanza enorme que tienen varios de los trabajadores del Viceministerio.

Además, otra participante en el estudio mostró su creencia que el deporte puede ser vehículo que promueva la equidad de género. La participante, un Promotor Deportivo (código: 5005), respondió que su visión para el deporte es algo que “Le da un espacio a la mujer para competir y compartir y participar en actividades deportivas. El deporte unió mi familia y por eso trabajo para que otras personas puedan tener estas experiencias. Espero que abran oportunidades para más mujeres en deporte”. Esta entrevista mostró que otra posibilidad para el deporte y la recreación tiene el poder de brindar un espacio para mujeres y darles la oportunidad de interactuar en un ambiente competitivo tanto el deportivo como el laboral. La variación de respuestas sobre la visión de los colaboradores del Viceministerio del Deporte y la Recreación muestra que el deporte, para estos participantes, abre muchas posibilidades y puede promover valores y oportunidades importantes. Todos los participantes mostraron que el deporte para ellos es positivo y algo que puede generar cambios positivos tanto en Guatemala como en el mundo, tanto para hombres como para mujeres.

El objetivo del Viceministerio del Deporte y la Recreación

La tercera pregunta que se hizo a los participantes de las entrevistas fue, “¿Cuál es el objetivo del Viceministerio del Deporte y la Recreación?”. El propósito de esta pregunta fue entender los objetivos del Viceministerio desde el punto de vista de los colaboradores para deducir más acerca de la identidad de los trabajadores relacionado con su percepción de las metas de la organización donde pertenecen y el conocimiento de las mismas. Muchos participantes percibieron que uno de los objetivos más importantes del Viceministerio del Deporte y la Recreación es la expansión de oportunidades deportivas y recreativas a la mayor cantidad de niños, jóvenes y adultos posible, a través de sus labores y actividades. Por ejemplo, un Promotor Deportivo (código: 1001)

respondió que, para él, el objetivo es, “Que promovamos hacer ejercicio en muchas comunidades alrededor del país y especialmente en los departamentos para crear hábitos deportivos. Y buscar cada vez atender mas personas”. Esta entrevista señaló la importancia de expandir a “cada vez [...] mas personas” como una de las metas principales de su labor.

Otros participantes mencionaron la importancia de dar oportunidades de deporte y recreación “para todos”. Por ejemplo, un Instructor Deportivo (código 7007) respondió a esta preguntando diciendo que, “Nuestro Viceministerio brinda oportunidades para que todos puedan participar en actividades sanas y que sean constantes, en lugares seguros y con personas especializadas”. Esta entrevista también señala el sentimiento del personal del Viceministerio del Deporte y la Recreación de que los objetivos de su trabajo son expandir o apoyar a la masificación del deporte en todo el país. Otros participantes en las entrevistas hablaron acerca de la importancia de la provisión de espacios para los deportes a través del Viceministerio de Deporte y la Recreación. Por ejemplo, un entrevistado (código: 5005) explicó que, “El Viceministerio es una entidad que promueve el deporte y la recreación en todo el país y en departamentos donde no hay tantas opciones deportivas”. Los comentarios de esta participante muestra que uno de los roles del Viceministerio percibidos por los mismos trabajadores, es generar espacios físicos donde ciudadanos, que usualmente no tienen donde jugar, pueden participar en estas actividades.

Según las entrevistas realizadas, no hay una definición exacta que comparten todos los trabajadores del trabajo que brinda el Viceministerio del Deporte y la Recreación. En general, todos vieron un rol importante para el deporte, pero no tuvieron una percepción compartida de los objetivos de la organización. De una manera, puede ser un indicador preocupante porque muestra que los colaboradores no están trabajando con el mismo enfoque. Por ejemplo, mientras algunos trabajan para obtener espacios físicos para jugar otros están enfocados en que la participación de personas aumente. De otra manera, los objetivos explicados por los colaboradores mostraron que quieren promover el deporte en general y por eso puede ser que, aunque los

colaboradores trabajan con varios objetivos en mente, buscan solucionar los problemas a través de varios ángulos, y se puede decir que todos están buscando compartir el deporte con la población de una forma positiva y de la mejor manera posible.

El papel del Viceministerio del Deporte y la Recreación en Guatemala

Se realizó la pregunta, “¿Qué papel juega el Viceministerio del Deporte y la Recreación en Guatemala?”, a todos los participantes, esto para captar desde el punto de vista de los trabajadores, como esta visto su trabajo dentro de su esquema y metas propios para el país de Guatemala. Aunque parece que esta pregunta es muy similar a las interrogaciones anteriores, las respuestas recibidas ayudaron para ampliar las visiones y objetivos que explicaron en las respuestas anteriores y dar otro espacio para que los participantes lograran expresarse de otra forma. Dentro de las respuestas a esta pregunta existió variaciones, entre un énfasis en la provisión de oportunidades deportivas de una forma segura, mejorar la salud y el bienestar de la ciudadanía guatemalteca, así como promover la inclusión social.

Primero, tres participantes hablaron acerca de la importancia del rol de Viceministerio en su gestión de lugares seguros para practicar el deporte. Por ejemplo, un Promotor Deportivo explicó que, “Nosotros coordinamos actividades deportivas y nos toca gestionar que haya más oportunidades para que la población pueda tener un lugar seguro para hacer ejercicio y se entretenga de una manera sana”. Es importante notar el énfasis de este individuo en proveer un lugar seguro para que las personas puedan practicar un deporte o hacer ejercicio. Lastimosamente, Guatemala es un país que sufre mucho de la falta de seguridad, la violencia es alta y el crimen, y miedo puede ser un obstáculo para los que quieren practicar un deporte. De esta manera, el tema de los centros deportivos con seguridad, fue uno de los temas principales que surgió de esta pregunta.

También los participantes pensaron que otra parte del rol del Viceministerio en el país, es promover la salud y el bienestar de los ciudadanos

guatemaltecos. Según un Instructor Deportivo (código: 6006) el rol del Viceministerio consiste en que “Nosotros tratamos de hacer que los deportes y la recreación esté en la agenda nacional y que consigamos expandir los espacios para la mayor cantidad de beneficiarios posibles. En Guatemala, es importante que todos estemos activos, sanos y que tengamos fuertes valores”. Esta persona señaló la importancia de una ciudadanía activa físicamente y mentalmente fuerte, y habló de este concepto bajo el rol del Viceministerio realiza. Además, una de los beneficiarios entrevistados en este estudio explicó acerca del rol que tiene el Viceministerio del Deporte y la Recreación en la reducción de violencia y del crimen como problemática importante y relevante del país.

Según esta beneficiaria que visita Campo de Marte en la Zona 5 de la Ciudad de Guatemala y lo hace con frecuencia (código: 4004), “Creo que [...] ayudan a promover deportes. Creo que es bueno para que los niños no metan a pandillas o con drogas. Los deportes son buenos para eso y tal vez eso es el trabajo del Viceministerio. También promueven salud”. Su entrevista muestra la importancia que tiene esta entidad gubernamental en la reducción de problemas sociales según la perspectiva de la ciudadanía. Dentro de las respuestas a esta pregunta acerca del rol del Viceministerio en el país se obtuvo el conocimiento, de que muchos de los colaboradores piensan que su importancia se define en proveer espacios seguros, en un país lastimosamente inseguro, para que personas puedan mejorar su bienestar físico y mental, así como ser mejores ciudadanos guatemaltecos.

Cambios sugeridos para mejoramiento del servicio

Durante la entrevista, se preguntó a todos los participantes la siguiente pregunta, “¿Qué se necesita para mejorar el servicio que actualmente se presta?” para entender la percepción de los colaboradores sobre los servicios actuales y también dar un espacio donde pudieran dar retroalimentación de forma proactiva para este estudio, que pueda servir para proponer cambios si fueran necesarios dentro de la institución. Las respuestas a esta pregunta en

particular mostraron la falta de recursos de los diferentes departamentos de la institución, aunque los colaboradores compartieron estos comentarios usualmente en buen humor, tal vez como una reacción defensiva o también porque están genuinamente felices a pesar de la falta de cosas materiales.

Casi todos los participantes hablaron sobre la falta de material o apoyo como algo que quisieron mejorar dentro del Viceministerio del Deporte y la Recreación. Un Promotor Deportivo (código: 1001) elaboró acerca del tema diciendo, “Necesitamos que nos apoyen en material deportivo para atender a mas personas, que nos den mas uniformes y especialmente pelotas, faltan pelotas ahora. También que nos ayuden a conseguir lugares para hacer nuestro trabajo”. Su respuesta muestra claramente el obstáculo que representa la falta de materiales porque dice que con más insumos pudieran apoyar “a más personas”. Un beneficiario de los servicios del Viceministerio también señaló la falta de recursos, según él, “A veces se accidenta alguien y el médico no esta, lo llaman y viene, pero tarda. Sería bueno que esté todo el día. También, unos columpios necesitan pintura o arreglo porque ya no son tan sanos”. La falta de atención médica y el estado de los columpios muestra la falta del apoyo económico como algo que se puede mejorar en los centros deportivos.

Otro tema mencionado acerca de los mejoramientos que pudiera mejorar la calidad de servicios fue la capacitación del personal. Un Instructor Deportivo (código 6006) explicó que, “También, los instructores necesitamos más capacitación. Yo tuve la oportunidad de estudiar afuera y trato de ayudar a mis compañeros, pero necesitamos siempre actualizarnos”. Aunque esta persona tuvo la oportunidad de educarse en el extranjero sobre temas deportivos la mayoría del personal tienen estudios de Bachiller y les falta capacitación constante. También, es una muestra importante de que una organización valora a sus colaboradores y les hace sentir que son importantes, por lo que es de suma importancia la inversión en las capacitaciones que solicitan, ya que la falta de esto, actualmente puede interferir en la construcción de una identidad positiva para los trabajadores, la cual está bastante fortalecida hacia la institución es un buen momento para mantenerla.

Orgullo de los trabajadores del Viceministerio del Deporte y la Recreación

La sexta pregunta que se desarrolló dentro de la entrevista fue importante para deducir directamente los sentimientos de los trabajadores del Viceministerio del Deporte y la Recreación. La pregunta que se hizo fue la siguiente, “¿Creé que los instructores, promotores deportivos y voluntarios se sienten orgullosos de ser parte del Viceministerio del Deporte y la Recreación?”. Esta pregunta dio la oportunidad al participante de responder en general, aliviando la presión y buscando una respuesta honesta. La mayoría de los participantes respondieron de forma positiva a esta pregunta, reforzando los resultados mencionados anteriormente en las encuestas, en donde la mayoría de los trabajadores se sienten orgullosos de pertenecer a la institución, a pesar de su posible asociación con el involucramiento político.

Un Promotor Deportivo (código: 5005) explicó que, a pesar de la falta de materiales e insumos para trabajar, la mayoría de colaboradores se sienten orgullosos del trabajo que realizan y de pertenecer a la institución. Según el Coordinador de Jefatura de Supervisión, “Sí [están orgulloso el personal] nosotros trabajamos de lunes a domingo cuando las actividades lo requieren, si no les gustara ya hubieran renunciado, pero todo lo hacemos para servir a la población guatemalteca. Si ellos tienen que entrar de madrugada y salir muy noche lo hacen, usted allí los mira dando su mayor esfuerzo. A pesar de no contar con todas las facilidades de transporte o alimentación en muchas ocasiones, ellos siempre están con buena disposición de servicio”. Sus comentarios muestran que a pesar de los horarios largos que suelen ser requeridos los trabajadores, estos dan “su mayor esfuerzo” y siempre tienen “buena disposición” para brindar el servicio a la población guatemalteca.

Además, otros participantes respondieron que piensan que la mayoría de colaboradores están orgullosos de pertenecer a la institución por el tipo de servicio que hacen para la gente. Por ejemplo, un participante (código: 9009) explicó que, “Creo que, si [están motivados] porque saben que están ayudando la gente, ayudando a la salud de la gente y apoyando que estén mejor todos

físicamente y con mejores hábitos”. Entonces, para algunos de los trabajadores del Viceministerio del Deporte y la Recreación, el rol que tienen en apoyar a la población guatemalteca es lo que los motiva y les da orgullo a pesar de la falta de material o de los horarios difíciles.

Mientras la mayoría de participantes fue positivo y se apreció que opinan que la población de trabajadores del Viceministerio del Deporte y la Recreación están orgullosos de lo que hacen, existían dos participantes que no fueron completamente positivos acerca de su percepción de los colaboradores. Un entrevistado que ocupa el cargo de Asistente de Coordinación de Academias Deportivas (código: 1111) observó que, “No sé si están orgullosos, pero a ellos les gusta su deporte y los deportes en general y por eso están cómodos en el ámbito laboral. Cada uno es orgulloso de sus propios logros deportivos porque la mayoría lo practicaron alguna actividad, pero tal vez no hay un orgullo general para la institución, algunos si otros no”. Esta persona señaló que el orgullo que sienten algunos de los trabajadores puede ser basado en sus logros personales y no necesariamente acerca del logro de metas organizacionales.

Percepción de la asociación política de los trabajadores

La séptima pregunta que se hizo, “¿Creé que los instructores, promotores deportivos y voluntarios se sienten orgullosos de ser parte del Viceministerio del Deporte y la Recreación?” provee información importante para este estudio, en cuanto se busca entender el conocimiento de los trabajadores de la percepción pública sobre su involucramiento político. Todos los participantes respondieron a la pregunta positivamente, indicando que han tenido experiencias con la población en general, que les indica que están vistos como parte de un partido político. Por ejemplo, algunos de los participantes, como código 1001 trataron de asegurar que no tienen una asociación política a través de la entrevista. Él respondió que, “A veces la gente nos ve con el uniforme y piensan que nuestro trabajo es político, pero no es, es de deporte, aunque recibimos la plata del gobierno”. El comentario muestra que esta persona reconoce que el beneficiario

tiene esta percepción, pero quiere mostrar que su trabajo no está relacionado con la labor política, solo está basada en el deporte.

También, los participantes sintieron que la percepción pública es que recibieron su trabajo en el Viceministerio a través de involucramiento en hacer campaña o actividades políticas. Según un Voluntario en Petén (código 2002), “La gente siempre habla que los trabajadores trabajan por cuello y avanzan si son amigos con alguien del gobierno”. Esta entrevista muestra la percepción que la población en general puede tener de los trabajadores del Viceministerio. Para medir la percepción pública a los beneficiarios de los servicios se preguntó, “¿Usted cree que los instructores y promotores deportivos son asociados con el partido de gobierno de turno por los beneficiarios de la institución?” Un beneficiario (código 3003) respondió “Creo que sí trabajan para el gobierno, pero no entiendo bien como funciona. Creo que trabajan para el gobierno y Campo Marte o algo así.”

Aunque muestra que no está completamente seguro, el beneficiario sí refuerza la percepción sentida por los trabajadores que el público piensa que tienen sus trabajos a través de involucramiento político. Otra beneficiaria (código 4004) fortalece los sentimientos del primer beneficiario mencionado y contando que, “Mi prima dijo que un instructor aquí ayudó personalmente a la campaña y tiene un trabajo aquí por eso”. Aunque los dos beneficiarios dejaron entender que tienen dudas sobre como funciona actualmente el sistema, mostraron que tienden a pensar que el trabajo del colaborador en el Viceministerio tiene algo que ver con involucramiento político.

Preguntas o comentarios de beneficiarios

La siguiente pregunta, “¿A usted le han preguntado beneficiarios de servicios, amigos o alguna persona, si usted es del partido de gobierno actual o si hizo campaña y por eso trabajó en la institución?”, se hizo para asegurar que los colaboradores tuvieron el espacio para expresar su sentimiento acerca de su alineamiento con el gobierno o sistema político. La mayoría de colaboradores del Viceministerio del Deporte y la Recreación ha recibido comentarios de los

beneficiarios. Por ejemplo, un Instructor Deportivo (código 7007) contó la siguiente historia, “Tuve un grupo de niños de 10 años y se me acerca un chico y me preguntó si yo era amigo del presidente, porque su papá le dijo que todos los que trabajan acá lo conoce, (se ríe) le dije que no”.

Un participante en las entrevistas, que participó políticamente explicó su respuesta a los comentarios y las preguntas que se le hace la población. Él contó, “Si me han preguntado y con orgullo les digo que, si hice campaña y apoyo al partido de gobierno, así los dejo callados, además estoy con agradecimiento porque me han dado una excelente oportunidad de trabajo, por mi lealtad y trabajo fuerte es que estoy acá, me lo gané”. De los 10 participantes en la entrevista, esta persona aparece como la única persona que participó activamente en actividades políticas. Las respuestas a esta pregunta reforzaron los comentarios de la interrogante anterior y muestra claramente que la población guatemalteca asocia a los trabajadores del Viceministerio del Deporte y la Recreación con actividades políticas, aunque la mayoría de los participantes en este estudio nunca tuvieron un rol en hacer campaña y no participan actualmente en el partido político oficial del gobierno actual u otros partidos políticos.

Ambiente laboral del Viceministerio del Deporte y la Recreación

La novena pregunta se hizo a todos los colaboradores que participaron en este estudio para entender su percepción del ambiente laboral y verificar los resultados de las encuestas que fueron muy positivas acerca del ambiente laboral. La pregunta se lee, “¿El ambiente de trabajo de su departamento le agrada o debe mejorar algunos aspectos? ¿Cómo cuáles?”. La mayoría de participantes respondieron de forma positiva a esta pregunta, mostrando que en general los colaboradores perciben el ambiente laboral de forma positiva. Un participante (código: 1001) respondió, “Me siento cómodo con mis compañeros y mi jefe porque me apoyan y se comunican conmigo siempre. Me cuesta manejar un poco la compu pero siempre encuentro con quién me ayude para hacer mis reportes. Me gusta el ambiente aquí, compartimos mucho y reímos mucho.

Antes trabajaba en una fabrica y no era igual, era muy fuerte el ambiente allí, aquí estamos cómodos porque hacemos lo que nos gusta”. Esta persona expresa que el ambiente le brinda comodidad y la oportunidad de compartir de forma positiva con sus compañeros de trabajo.

Otro participante señaló que el Viceministerio le ha brindado un lugar seguro y apoyador como mujer. Ella contó que, “Me gusta porque nos respetan como mujeres aquí y dan oportunidades a mujeres y nos tratan igual como cualquier compañero. En mi trabajo anterior hubo mucho acoso y aquí no ha sido así”. Tanto la comodidad y compañerismo mencionaron también el buen trato a la mujer, lo que muestra que existe un ambiente positivo dentro del Viceministerio según los colaboradores y los participantes en este estudio. El Viceministerio, según las entrevistas, brinda un ambiente colaborativo donde los trabajadores se apoyan y son solidarios unos con otros. Por ejemplo, un Instructor Deportivo (código: 6006) contó, “Nos divertimos siempre. Cuando no esta un compañero, siempre hay alguien que cubre su clase, ayudándole para que no quede mal con el jefe. El otro día mi compañero me ayudó porque tuve dengue y no podía venir por dos semanas. Ahora yo le ayudo la próxima semana porque va al dentista. Así todos estamos tranquilos”. Este colaborador muestra a través de esta experiencia que puede confiar en los demás trabajadores para ayudarlo en caso de una enfermedad y, como recompensa, va a ayudar a otro instructor en el momento que lo necesita. Este intercambio de responsabilidades y apoyo mutuo habla bien del ambiente experimentado en el Viceministerio.

Sentimiento con uniforme puesto

La última pregunta que se hizo a través de estas entrevistas fue la siguiente: “¿Usted se siente orgulloso de vestir con el uniforme del Viceministerio del Deporte y la Recreación en actividades públicas? ¿Por qué?”. Esta pregunta sirvió para entender los sentimientos de los trabajadores con su uniforme que les vincula políticamente, ya que lleva el escudo del gobierno de Guatemala. Como la mayoría han recibido comentarios sobre su involucramiento

político, esta pregunta ayuda a medir el impacto que la asociación de la población en general con la política tiene sobre la identidad de los trabajadores, como lo que se muestra cuando tienen el uniforme puesto. Reforzando los resultados de las encuestas, casi todos los participantes en las entrevistas expresaron sentimientos positivos, aunque estén asociados a la política por el uniforme que utilizan en el Viceministerio del Deporte y la Recreación.

Un Instructor Deportivo (código: 6006) respondió, “Especialmente me gusta poner [el uniforme] en los eventos, a la par de los jefes me siento orgulloso cuando todos llevamos la misma camisa, mostrando que somos equipo. Nunca escondo de una foto cuando estamos todos allí vestidos en el uniforme (se ríe)”. El comentario hecho por este instructor fue especialmente, que a él le gusta tomarse fotos cuando está en su uniforme, lo que muestra que, a pesar de la posible percepción pública de su trabajo, esto no impacta de forma negativa su orgullo y motivación al estar laborando con el Viceministerio. Otro participante expresa también el orgullo de llevar su uniforme, explicando que, “Llevo el uniforme con orgullo porque me gusta lo que hago. Si me dan otro me lo pongo, así puedo usarlo todos los días, pero ahora tengo una camisa nada más para toda la semana y se necesita lavar de vez en cuando (se ríe)”. Muchos participantes expresaron sentimientos de orgullo y motivación a pesar de la asociación con la población hace con una posible vinculación a la actividad política o con el partido político del gobierno actual. Las entrevistas tanto como las encuestas refuerzan este punto positivo que da como resultado una identidad fuerte de los instructores, promotores deportivos y voluntarios con el Viceministerio del Deporte y la Recreación.

Discusión de resultados

Se analiza el resultado de las encuestas a una muestra de 95 colaboradores de un total de 100, que representa el noventa y cinco por ciento de personas que laboran como instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios dentro del Viceministerio del Deporte y la Recreación, los cuales trabajan en cinco diferentes regiones de Guatemala en

donde se realizó la investigación, siendo estas la región Central que consiste en los departamentos de Chimaltenango, Sacatepéquez y Escuintla; región Metropolitana que es el departamento de Guatemala; región Nororiental que consta de los departamentos de Chiquimula, El Progreso, Izabal y Zacapa; región Suroriental que abarca los departamentos de Quetzaltenango, Retalhuleu, San Marcos, Suchitepéquez, Sololá y Totonicapán. Y la región Petén que incluye solo el departamento de Petén debido a su extensión y ubicación geográfica.

Los instructores deportivos son personas activas, con conocimiento en actividades de recreación, la mayoría cuenta con la experiencia personal de la práctica deportiva ya que por lo regular fueron atletas de la práctica que enseñan. Son hombres y mujeres que están acostumbrados hacer ejercicio y a la constante interacción con otros, debido a las experiencias adquiridas durante su etapa como deportistas activos. Tienen el gusto y la pasión por enseñar a practicar el deporte que aman a los beneficiarios de los distintos programas en los que prestan el servicio. Ellos laboran solo en la región Metropolitana, específicamente en la ciudad de Guatemala. La mayoría tiene el perfil especializado en un deporte en particular, ya sea porque lo han realizado y luego se han convertido en entrenadores o porque efectuaron estudios y cuentan con títulos académicos que los avalen como instructores.

Estos colaboradores se encuentran distribuidos para realizar sus labores en los cuatro Centros Deportivos Recreativos que hay en el departamento de Guatemala, bajo la administración del Viceministerio del Deporte y la Recreación, mediante la coordinación de la Dirección General del Deporte y la Recreación, con la responsabilidad de ejecución de actividades del departamento de Áreas Sustantivas. Los instructores están a cargo de la Coordinación de Academias Deportivas, que tiene como responsabilidad la creación, planificación, ejecución y control de prestar el servicio de quince diferentes actividades deportivas y lúdicas recreativas como lo son: Fútbol, Baloncesto, Béisbol, Voleibol, Rugby, Gimnasia, Atletismo, Judo, Tenis de Mesa, Boxeo, Zumba, Bicicleta Estacionaria, Dibujo y Pintura, Manualidades y Patinaje.

Todo esto se desarrolla mediante academias permanentes que funcionan de lunes a viernes en horario matutino de nueve a doce horas y vespertino de catorce a diecisiete horas, en los centros mencionados, orientados a niños y jóvenes en edades comprendidas de cuatro a diecisiete años. Con el objetivo de promover la práctica deportiva y facilitar la masificación de la actividad física en la sociedad.

Por lo regular los instructores deportivos prestan el servicio a la población guatemalteca que asiste a los cuatro Centros Deportivos Recreativos y se benefician de manera gratuita del servicio de Academias Deportivas por medio de estos profesores. Por lo general atienden un promedio de 900 a 1,000 personas diariamente. Al final del año, en el último trimestre durante los meses de octubre a diciembre, el Viceministerio del Deporte y la Recreación presta más servicios deportivos recreativos, aumentando actividades dentro de Academias Deportivas, esto debido a la afluencia de niños y jóvenes durante las vacaciones escolares en todo el país.

Por lo que cada año planifican y ejecutan un Curso de Vacaciones que tienen como encargados a los instructores deportivos mencionados, quienes reciben durante ese programa extraordinario la afluencia de más de 3,000 usuarios, estos divididos en mañana y tarde, por lo que se agregan más deportes y actividades lúdicas recreativas de las quince ya existentes, las cuáles son: Futsal, Lacrosse, Ajedrez, Teatro y Lúdica, Hip Hop y Free Style Fútbol, así como cualquier otra actividad que alguna persona de manera voluntaria quiera realizar, la que es coordinada por el Director del Centro Deportivo Recreativo, con la autorización previa del Jefe de Áreas Sustantivas, de la Dirección General del Deporte. Los Centros Deportivos Recreativos donde prestan el servicio los instructores deportivos son: Parque Erick Bernabé Barrondo ubicado en zona 7, Campo de Marte en zona 5, Polideportivo Gerona en zona 1 y Campos del Roosevelt en zona 11.

Mientras que los promotores deportivos departamentales se encargan de realizar actividades lúdicas deportivas recreativas en distintas comunidades cercanas a donde habitan, según sean designados, bajo la coordinación de la

Jefatura de Promotores Deportivos Departamentales, señalando realizar como meta individual por promotor al menos 20 actividades físico recreativas al mes, para la promoción de la cultura física. Estas acciones deben quedar registradas y documentadas, siendo inspeccionadas por la Jefatura de Supervisión de Áreas Sustantivas. Los promotores deportivos departamentales se encuentran distribuidos por todo el país, menos en el departamento de Petén, tienen la característica y perfil similar a los instructores deportivos, conocen un deporte en específico, tienen experiencia práctica deportiva y capacitación en la realización de actividades recreativas para la práctica del sano ejercicio y el aprovechamiento del tiempo libre para una recreación de calidad. Los promotores son personas activas que frecuentemente se graduaron de maestros en educación física, por lo que están acostumbrados a realizar diferentes tipos de ejercicios con regularidad.

Debido a cuestiones logísticas, los promotores deportivos departamentales realizan su labor cerca del lugar donde habitan, por lo que debían gestionar el apoyo con alcaldes y gobernadores del departamento y municipio que tenían a cargo para el apoyo en la realización de las distintas actividades programadas por la institución. El Viceministerio del Deporte y la Recreación en el momento de la investigación, tenía presencia de promotores deportivos departamentales en 21 de los 22 departamentos de Guatemala, divididos en las cinco regiones mencionadas, siendo Petén el único departamento sin presencia de promotores deportivos departamentales con contrato laboral, pero sí contaba con voluntarios que realizaban un trabajo similar al de un promotor deportivo pero sin ninguna clase de retribución económica, por lo que a con menor responsabilidad de cumplimiento de horarios fijos y menor carga de actividades, para la prestación de los servicios.

Por la naturaleza del estudio y entender mejor el contexto del momento de las entrevistas, es importante describir el por qué en el departamento de Petén no contaba con presencia formal de colaboradores con el cargo de promotores deportivos departamentales del Viceministerio del Deporte y la Recreación. Ya se mencionó que por lo regular el trabajo a nivel municipal y

departamental se ejecutaba con el apoyo de los alcaldes y gobernadores de cada lugar, pero en este departamento la dinámica de trabajo era diferente ya que de lo que existían tensiones, pugna y enfrentamientos entre los partidos políticos Líder y el Partido Patriota.

El último siendo identificado como vehículo o canal utilizado para llevar al máximo poder en la administración pública a los ex mandatarios Otto Fernando Pérez Molina e Ingrid Roxana Baldetti Elías. Y aunque los promotores realizan actividades deportivas recreativas, los gobernantes de ese Petén cortaron todo tipo de relación de colaboración y comunicación con todo lo que para ellos representará una actividad que promoviera el trabajo que realizaba el gobierno de turno. Además, en este lugar era donde existía una fuerte presencia de personas afines a este partido político Líder, que tenía como secretario general y candidato a la presidencia a Manuel Antonio Baldizón Méndez, quién es originario de este departamento, por lo que los individuos afines a él, mantenían un control territorial e institucional bastante fuerte que interrumpía cualquier servicio que se quería realizar desde el Viceministerio del Deporte y la Recreación.

En el momento de las encuestas los dos candidatos que contaban con mayor popularidad eran precisamente Manuel Baldizón por el ya mencionado partido Líder y Alejandro Jorge Sinibaldi Aparicio del Partido Patriota, quienes, a pesar de no contar con permiso de realizar propaganda política, se encontraban con regularidad realizando actividades de promoción pública. Todo esto generaba una competencia entre ambos partidos políticos y al ser Sinibaldi parte del partido que representaba al poder oficial, en Petén no se permitía con regularidad prestar el servicio gubernamental con normalidad en todo el departamento, así fueran actividades deportivas recreativas. Estos conflictos políticos cada vez se convertían más fuertes conforme se acercaban las elecciones generales 2015, que serían anunciadas por el Tribunal Supremo Electoral para dar inicio a la autorización formal para realizar campaña propagandística de los diferentes candidatos para los diversos puestos públicos.

Como se mencionó, con regularidad los promotores deportivos departamentales gestionaban apoyos del alcalde y el gobernador departamental para facilitar espacios y logísticas para el desarrollo de diferentes actividades para la recreación de las distintas comunidades donde prestaban el servicio del Viceministerio del Deporte y la Recreación, por lo que en ese momento en Petén era imposible contar con esa clase de ayuda. Debido a todas estas dificultades expuestas con las que el Viceministerio del Deporte y la Recreación se encontraban en el departamento de Petén, para no dejar sin servicio a la población de este lugar, los encargados de la Jefatura de Supervisión de Áreas Sustantivas, lograron identificar líderes comunitarios y contactar a personas que quisieron colaborar y ser voluntarios para promover la actividad física en esta región, ejecutando en lo posible el plan de actividades de recreación deportiva anual. El voluntario realizaba el trabajo con el único apoyo de material deportivo o lúdico, un uniforme para identificarse y el ofrecimiento de capacitaciones constantes para su especialización en actividades recreativas.

La importancia de los instructores deportivos, promotores deportivos departamental y voluntarios es vital para la masificación de la práctica de la actividad física. Y para la entidad gubernamental son la primera persona que representa a la institución ante la sociedad, es decir, la cara visible del Viceministerio del Deporte y la Recreación, ya que estos tienen contacto directo con un mundo diverso de personas que son parte de la sociedad guatemalteca mediante la prestación de los diversos servicios que brindan. La presencia del personal que se encarga de la promoción de la cultura física en todo el país, es parte del cumplimiento al mandato constitucional que debe cumplir el Estado, siendo una prioridad de país la promoción y facilitación de actividades deportivas recreativas que permitan a la ciudadanía guatemalteca un sano esparcimiento como parte del desarrollo integral de los habitantes. El trabajo que realizan estos colaboradores es de gran importancia para apoyar al desarrollar actividades constantemente que ayuden en la creación de hábitos sanos para aumentar la calidad de vida de los miembros de la sociedad, junto al grupo de las demás variables necesarias para conseguirlo.

La encuesta fue respondida en su mayoría por hombres, siendo aproximadamente un 64 por ciento de sexo masculino ante un 36 por ciento de sexo femenino. Lo que indica que existen dos tercios más de hombres que mujeres en los puestos laborales como instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios en las cinco regiones: Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios en Petén, en donde se delimitado el estudio de la investigación. Lo que indica que aproximadamente una de cada tres personas que labora en la promoción de actividades deportivas recreativas en estos departamentos del Viceministerio del Deporte y la Recreación son mujeres. Lo que puede interpretarse como ejemplo de falta de oportunidades que la mujer enfrenta en la obtención de trabajo formal a nivel profesional, dentro de entidades públicas.

Desde otro punto de vista también se puede pensar que esto sucede debido a la misma naturaleza de las actividades que realiza la institución, ya que son acciones que necesitan desempeño físico, la utilización del cuerpo es necesaria para realizar la labor encomendada. Otro factor a mencionar, es el riesgo que tiene el colaborador al realizar las actividades propuestas desde el Viceministerio del Deporte y la Recreación, ya que muchas veces son realizadas al aire libre en campos abiertos. También es necesario trasladarse diariamente a diferentes lugares según la planificación y solicitudes realizadas, la cual la mayoría realiza utilizando transporte público. Todos los días tienen contacto con diverso tipo de personas que los hace vulnerables por la alternancia del grupo beneficiario al prestar un servicio público y gratuito. Estos resultados claro está que desde otro punto de vista refuerzan la idea de que por lo general en Guatemala la mayoría de cargos en la administración pública son dados a personas de sexo masculino. Es bueno señalar que la mayoría de actividades deportivas recreativas por lo general las practican hombres, como por ejemplo Fútbol o Rugby, pero es bueno mencionar que hay academias como Gimnasia, Teatro o Manualidades, que son ejecutadas por mujeres, las que son encargadas de la prestación de estos servicios en específico.

Se ha mencionado que la mayoría de colaboradores que tienen el cargo de instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios en cinco regiones de Guatemala escogidas para este estudio fueron entrevistados, logrando alcanzar el noventa y cinco por ciento de participación del total de personas posibles para consultar. Esto indica que los resultados de la investigación son confiables al lograr obtener las respuestas de casi todos los agentes que realizan las actividades programadas por los distintos departamentos del Viceministerio del Deporte y la Recreación, para la promoción y facilitación de actividades de deportivas recreativas. Más de la mitad de entrevistados fueron de sexo masculino, lo que indica un sesgo en la contratación del personal sobre el sexo femenino en mucho por la clase de trabajo que se realiza.

Se encontró que la mayoría de colaboradores que fungen como instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios en las cinco regiones donde se elaboró el estudio son jóvenes. De 95 personas entrevistadas, el 83 por ciento tienen entre 20 a 40 años. Solo 16 por ciento de los participantes son mayores de 41 años, lo que representa que tres cuartas partes de colaboradores tienen la edad idónea para realizar una carrera larga dentro de la institución. También se encontró que solamente tres personas son mayores de 51 años.

En general la población de colaboradores que trabajan en el Viceministerio del Deporte y la Recreación en las áreas donde se requiere mayor actividad física para la promoción de actividad deportiva de recreación son jóvenes. Con el dato de que más del 80 por ciento de los colaboradores tienen menos 40 años, nos da la interpretación de que puede influir para que esto ocurra, que, debido a las responsabilidades inherentes de los trabajadores, quienes necesitan de vitalidad, buen estado físico y energía para cumplir con los objetivos planteados por cada uno de sus departamentos, se da este fenómeno. El desgaste físico diario es alto, por lo que da la pauta en que quizá por esto son más jóvenes los que buscan este tipo de oportunidades laborales. La dinámica del trabajo no limita a que personas de 41 años para arriba laboren en estos

puestos, pero es posible que muchos de estos individuos prefieran aplicar para oportunidades fuera del campo y más en puestos de administración, coordinación o supervisión, tanto por las pérdidas propias de habilidades motoras por la edad como por la experiencia acumulada que puedan tener para desarrollar otro tipo de labor en donde puedan aportar aún más a las diferentes actividades que realiza el organismo encargado de la promoción y ejecución de programas de deporte y recreación para la sociedad guatemalteca.

También se analizó la etnicidad siendo el resultado que la mayoría que participaron en la encuesta con un 75 por ciento, se identificaron como “mestizo”, mientras que solo el 25 por ciento se identificaron como “indígena.” En Guatemala no existe una ley que promueva la paridad para la contratación a puestos en entidades públicas según la etnia o el sexo de los ciudadanos. Lo que permite una sana competencia en la que quién esté mejor preparado académicamente y cuente con mejores experiencias profesionales tiene más oportunidades de trabajar de manera formal en estas instituciones, esto claro esta es en teoría, pero en la realidad se conoce que constantemente las contrataciones en algunas entidades se realizan por amistad, familiaridad, recomendación, por algún compromiso político y otros definitivamente si por capacidad de la persona. Aún existe cierto racismo por la etnia indígena, lo que por muchos es visto como manera de estereotipo con símbolo de falta de educación, lo cual es una injusta denominación y si existe de alguna manera falta de oportunidades de estudio es por la misma falta de desarrollo del sistema político actual. Por todo lo anterior es posible que por ello solo una cuarta parte declara que proviene de una familia indígena, a pesar de pertenecer a comunidades de rasgos indígenas.

La población guatemalteca por lo general es muy diversa. En Guatemala aún existe el prejuicio para personas de descendencia indígena, por lo que varias personas al cumplir la mayoría de edad deciden cambiar de apellido para no ser identificados como indígenas y así lograr mejores oportunidades de trabajo, tener más confianza dentro de una sociedad que trata diferente a las

personas debido a estereotipos excluyentes y divisorios en la colectividad guatemalteca.

De los encuestados, la mayoría de colaboradores, menos una persona terminó sus estudios básicos y solo seis por ciento están estudiando o se graduaron de la universidad. El nivel académico de los colaboradores muestra que optar al cargo de instructor deportivo, promotor deportivo departamental y voluntario en el Viceministerio del Deporte y la Recreación, es necesario tener un perfil de estudios secundarios orientados al deporte o tener algún tipo de especialización deportiva. También, estos resultados nos muestran la falta de estudios universitarios, realidad que puede ser cambiada si desde la institución se promueve y apoya a los trabajadores al estudio superior. Esto probablemente sucede de igual manera, ya que por ser un trabajo físico, muchos no continúan con estudios universitarios, pero es de tomar en cuenta que la actividad física además de tener un alto grado de beneficio para la salud y ser parte del desarrollo integral del ser humano, practicado de una errónea y sin control profesional, también puede perjudicar la salud, crear lesiones, dañar a la persona que realiza este tipo de actividad, convirtiendo la recreación deportiva en una mala experiencia si no se cuenta con la asesoría adecuada.

Sobre el sentimiento de los colaboradores en el tema del ambiente laboral, la mayoría de encuestados respondieron que se sintieron cómodos con la dinámica que tienen en el departamento al que pertenecen, ninguno se sintió incómodo y solo el seis por ciento les es indiferente el ambiente de trabajo. Lo que representa que casi el 94 por ciento de colaboradores se encuentran a gusto con el ambiente en el momento de realizar las actividades en la institución. Denota un buen liderazgo del encargado o jefe superior inmediato.

En cuanto a la relación entre jefe o encargado con colaborador, la mayoría reportaron que tienen buena comunicación con su jefe, siendo el 77 por ciento quienes lo confirman. Reportando que el 20 por ciento consideran que tienen una comunicación regular y solo el dos por ciento perciben que tienen una mala comunicación con la autoridad correspondiente en el ejercicio de las funciones de trabajo. Este dato, junto con el buen ambiente que considera la

mayoría que exista para laborar, afirma que los instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios de las cinco regiones del país que fueron investigadas, se sienten identificados con la institución, están motivados y realizan el trabajo con tranquilidad. Pero a pesar de esto no hay dejar de mencionar que ese 20 por ciento que siente la comunicación regular, representa una cuarta parte del total de la muestra, por lo que se pueden buscar medios para mejorarlo hasta lograr que la comunicación fluya de una manera eficiente para obtener los éxitos que se espera de cada departamento. Si la comunicación tiene deficiencias, puede producir ineficacia en el cumplimiento de los objetivos trazados tanto para el grupo de trabajo como para el colaborador de manera individual, que puede perjudicarlo al no rendir lo que se espera.

El uniforme identifica a los colaboradores con la institución, tanto a nivel interno entre trabajador y entidad gubernamental, como entre instructor deportivo, promotor deportivo departamental y voluntario de gobierno con el público beneficiario de los servicios deportivos recreativos. Al portar el uniforme y llevarlo para realizar una actividad, la mayoría reportaron sentirse orgullosos de representar al Viceministerio del Deporte y la Recreación, con un 95 por ciento de aceptación, tres por ciento tienen miedo de asociación con el gobierno y solo dos por ciento fueron indiferentes portarlo o no.

El uniforme crea identidad e internalización de sentimiento de pertenencia para el que lo porta, además identifica y sirve para crear valor, además funciona para mostrar identidad con la organización laboral. Los resultados demuestran que la mayoría se sienten orgullosos de servir al país y el uniforme les da esa diferenciación al ser servidores públicos. También, sienten algún grado de poder al pertenecer al Estado. La asociación con el gobierno de turno debido a la utilización de uniforme no es un problema mayor. Incluso antes de la investigación se pensó que cuando los instructores no llevaban el uniforme era porque les daba vergüenza o no querían ser identificados con el gobierno, pero es todo lo contrario, de manera verbal muchos comentaron que cuando ellos no lo portaban era porque solo tenían un uniforme, ya que no les habían entregado

otro desde hace más de un año, que si les dieran más indumentaria la utilizarían en toda actividad que realicen.

En muchos casos puede ser que este colaborador este acostumbrado a estar uniformado y hacerlo parte de un grupo, ya que el uniforme hace que una persona entre a un grupo específico y al mismo tiempo no sea parte de los demás, sea diferente. Un punto de resaltar es que cuando un colaborador en estas áreas de trabajo realiza una actividad recreación deportiva, la hacen con agrado por que es la profesión que ellos han elegido por vocación, también puede ser que muchos de los instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios han sido deportistas activos. Varios, incluso de estos colaboradores han sido deportistas a nivel profesional, por lo que aman el servicio que realizan. Varios también además de ser trabajadores de la institución, son entrenadores o instructores del deporte que con el que se identifican por las noches, ya que cuentan con estudios deportivos que los avalan como profesores.

El uniforme los hace ser parte de un grupo y diferencia del resto de la población. Los identifica con las personas que han confiado en ellos y que les permite tener un trabajo formal, sienten agradecimiento con la institución que les apoya para mantener a sus familias, quizá para apoyar a sus padres y hermanos, estudiar o comprarse artículos materiales que necesitan que quieren. Esta pasión expresada por la actitud que demuestran fue mediada por la manera como se sentían al ir a trabajar, si estaban motivados, aburridos o era un día más. A lo que la mayoría de colaboradores respondieron que se sienten motivados para realizar las actividades diariamente, expresándolo ceca del 96 por ciento de encuestados. Solo el dos por ciento se siente aburrido y sin deseos de ir al trabajo, mientras que para otro dos por ciento ir a trabajar representa solo un día más, sin ningún tipo de sentimiento, más que la normalidad diaria del día a día.

Esta motivación se interpreta que los instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios toman el Viceministerio del Deporte y la Recreación como parte de su identidad. Les gusta lo que hacen. Les agrada el

lugar de trabajo y el ambiente con los compañeros. Les ilusiona servir a los beneficiarios. Sienten compromiso con apoyar al desarrollo del país, apoyando a los niños, jóvenes, mujeres y adultos que asisten a los servicios a que tengan una mejor calidad de vida por medio de la práctica deportiva recreativa, entendiendo que ellos pueden considerar que su trabajo es un aporte a la sociedad y a Guatemala. La pasión por el deporte que aman y por el que tienen vocación se nota en su motivación de ir a trabajar.

La percepción que tiene la población de asociar a los colaboradores del Viceministerio del Deporte y la Recreación con el partido político del gobierno actual, se midió en la encuesta diciéndoles a las personas si reciben preguntas de los beneficiarios sobre la asociación político que ellos tienen con el partido político de gobierno. A esto el 84 por ciento, afirmaron que las personas les preguntan o cuestionan sobre su participación en la propaganda en la campaña política de los funcionarios que ganaron un puesto de elección popular, durante los comicios electorales. Esta pregunta de asociación, se las hicieron al 89 por ciento. Solo el tres por ciento no han recibido alguna pregunta sobre si apoyaron o no al partido político para ganar el poder y si participaron en campaña política y por eso tienen el puesto laboral actual.

Estos datos nos indican que esto les sucede con frecuencia. La mayoría de los encuestados han recibido ambas preguntas relacionándolos con el actual partido de gobierno. Los medios de comunicación masivos y las nuevas tecnologías de la comunicación como las redes sociales, facilitan que el público en general obtenga información y se enteren de noticias positivas y negativas de la administración pública. Cuando una noticia es negativa por actos de corrupción con regularidad relacionan al colaborador con los mandatarios o encargados de gobernar el país y por lo regular tienden a cuestionarlos o a felicitarlos, según sea el tema.

Sobre la identidad con la institución y el deseo de pertenecer al organismo gubernamental, se les preguntó si tuvieran otra oportunidad laboral en ese momento en igual condición salarial, si se cambiarían, pero muy pocos de los trabajadores respondieron de manera afirmativa a la cuestión, tan solo el

cuatro por ciento reportó que le gustaría cambiar de lugar de trabajo. Siendo el 96 por ciento los que no cambiarían de institución, lo que representan que están contentos en la institución. Lo que concluye que los colaboradores tienen una alta identidad con el Viceministerio del Deporte y la Recreación. Sienten orgullo de ser parte de la institución, están cómodos con el ambiente y clima laboral de la institución. Les gusta lo que hacen y la estabilidad que provoca un trabajo formal de gobierno. Además de sentirse a gusto con portar el uniforme e identificarse plenamente como colaborador gubernamental. No les afecta que el gobierno central sea acusado de corrupción, ya que el trabajo que realizan lo hacen dedicados a actividades deportivas recreativas y no política partidaria.

Conclusiones

Motivación y clima laboral

Los resultados de la investigación demuestran que la motivación y clima laboral no son afectados por la percepción de la población beneficiaria al asociar a los colaboradores de la entidad gubernamental con el partido político de gobierno actual. La mayoría de colaboradores muestran que están cómodos con las responsabilidades que tienen que ejercer diariamente, así como expresan que la comunicación entre el jefe inmediato superior es buena, cordial y de apoyo mutuo. Lo que permite detectar que los trabajadores se sienten respaldados por quien los dirige dentro del departamento, se sienten seguros que tienen quién está pendiente de ellos, así como toma en cuenta el esfuerzo que realizan y los motiva a ejecutar el trabajo con excelencia, por lo que cualquier comentario externo que reciben de la población en general, no les afecta, aunque esto sea sobre la asociación con el partido de gobierno, ya que de manera interna sienten identidad por el departamento al que pertenecen, así como por su superior y por el Viceministerio del Deporte y la Recreación.

Incluso, los colaboradores expresan el deseo de querer servir a más personas, pero no cuentan con suficientes insumos para crecer en la atención al público que visita los diferentes lugares donde se realizan las actividades deportivas recreativas. Aunque la percepción que algunos beneficiarios de identificar a todo trabajador gubernamental con el partido de político que rige el gobierno actual, y por lo general es por problemas de corrupción o por un trabajo ineficiente, los instructores, promotores y voluntarios del organismo del Estado, se sienten cómodos al realizar la actividad que les gusta dentro de un ambiente laboral que les permite desarrollarse con plenitud.

Identidad y sentimiento de pertenencia de los colaboradores

Con el estudio se logra determinar que la identidad y el sentimiento de pertenencia de los colaboradores del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la institución es fuerte, ya que no se ven afectados ni por comentarios internos o externos que tratan de perjudicar el trabajo que realizan en la

institución. A diferencia de lo que se pensó, los instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios de las cinco regiones del país donde se realizó el estudio, la mayoría se sienten orgullosos de pertenecer a la entidad y utilizan el uniforme con orgullo, aunque esto les cause comentarios sobre su participación política. Y si en algún momento no se visten con algo que los identifique, no es porque no quieran, sino porque la institución no les ha entregado suficientes recursos para uniformarse o insumos para realizar el trabajo de la manera que ellos quisieran.

Por medio de esta investigación se concluye que los colaboradores del Viceministerio del Deporte y la Recreación cuentan con una identidad fuerte hacia el organismo, lo que debe aprovechar la entidad para mantener esta lealtad por medio de acciones que fortalezcan el trabajo que realiza el personal, ya que lo que la mayoría de trabajadores pide para mejorar y sentirse más a gusto con la labor que ejecutan, es la inversión en capacitaciones para estar mejor preparados y servir a los beneficiarios cada vez de mejor manera, al mismo tiempo que quieren crecer como profesionales, esto mejorará la calidad del servicio, ya que tienen la disposición de prepararse continuamente. El sentimiento de pertenencia es grande ya que la mayoría de colaboradores al sentirse orgullosos de pertenecer al Viceministerio del Deporte y la Recreación, consideran importante portar el uniforme de la institución, no les afecta sentirse identificados como trabajadores de la entidad pública, sino que, al contrario, desean contar con más vestuario que les permita identificarse diariamente como instructores, promotores y voluntarios que laboran para esta organización.

Por lo general solo cuentan con un uniforme por persona y al realizar la actividad física cada día, deben lavarla debido al sudor y a que se ensucia, por lo que con regularidad utilizan la ropa que se les entrega un día sí y un día no, además que el desgaste de la vestimenta es rápido por lo que algunos ya no cuentan con el uniforme completo, pero utilizan ropa propia que compran con los colores parecidos a los que promueve el Viceministerio, que por lo regular es el azul y blanco, que identifica los tonos de la bandera de Guatemala. Lo que demuestra que a pesar de no tener facilidad para uniformarse a diario buscan

las formas de identificarse, lo que puesta el alto grado de identidad para el Viceministerio.

Motivación de los colaboradores

La investigación descubre que la motivación de los colaboradores del Viceministerio del Deporte y la Recreación es alta, y mucho tiene que ver tanto el ambiente laboral, como el valor extra que les da la característica de trabajo que ejercen estos trabajadores gubernamentales, ya que el servicio que realizan para la población guatemalteca está de la mano con su vocación, conocen lo que hacen, les gusta y la profesión que por lo regular ejercen es porque sienten pasión y amor en la práctica deportiva, tienen experiencia propia como deportistas activos o han estudiado de alguna manera, ya sea para profesores de educación física o de manera más específica, alguna especialización a nivel de federación deportiva, pero que adaptan en este caso en actividades deportivas recreativas, que por naturaleza y mandato que le corresponde al Viceministerio del Deporte y la Recreación, debe prestar dicho servicio al país. Todos demuestran el deseo diario de presentarse a las labores y cada vez desean servir a más personas.

Existencia de clima laboral positivo

Se concluye con el estudio que existe un clima laboral positivo dentro de los diferentes departamentos del Viceministerio del Deporte y la Recreación, a donde pertenecen los colaboradores del tema de la investigación, siendo para los instructores la Coordinación de Academias Deportivas, para los promotores deportivos departamentales la Jefatura de Promotores Deportivos y para los voluntarios la Jefatura de Supervisión. La mayoría de colaboradores muestran un alto respeto por el jefe inmediato y por los compañeros de labores, hablan de mutua colaboración por conseguir los objetivos del departamento, mientras buscan cubrir las responsabilidades individuales que cada uno tiene designados. Algunos de los colaboradores, incluso, expresan agradecimiento por el apoyo que el encargado del departamento tiene con ellos, para que puedan contar con

facilidades al realizar el trabajo, tienen la confianza de expresar las ideas y las situaciones que les ocurren durante la práctica de su actividad, así como muestran un alto grado de comunicación en ambas vías que permite promover acciones para que todos los miembros del departamento crezcan.

La mayoría siente al jefe inmediato cerca de ellos, pero de manera positiva, que les permite percibir que el trabajo que realizan vale la pena, lo que es importante ya que ante cualquier problema siempre cuentan con apoyo y existe quién les ayuda a solucionarlo. La comunicación es abierta y directa, lo que promueve un alto grado de interacción y crea un ambiente de solidaridad laboral dentro del departamento, esto hace que los colaboradores realicen su trabajo de manera cómoda y con motivación, porque se sienten valorados y que las actividades que realizan son importantes para apoyar al desarrollo integral y mejorar la calidad de vida de la población guatemalteca, quienes se benefician del servicio.

Como afecta la percepción pública a los colaboradores

La percepción que tiene la población de asociar al trabajador público con un partido político y en este caso al partido oficial que gobierna, no afecta a los instructores, promotores deportivos ni voluntarios del Viceministerio del Deporte y la Recreación. La investigación permite identificar que existen motivaciones diferentes e intrínsecas del deporte y la recreación que apoyan este punto, además de un buen ambiente laboral, que afirman que el colaborador se siente satisfecho con realizar la promoción de la actividad física, que no mezclan con acciones políticas del partido que tiene en la actualidad la administración pública. Incluso los trabajadores se sienten orgullosos de portar algo que los identifique como miembros de la entidad, expresando el deseo de estar uniformados y portar los colores que identifican a la institución, que son azul y blanco.

Al principio se pensó que cuando no utilizaban uniforme fue por falta de identidad o para que no fueran identificados por la población como trabajadores de gobierno, pero este estudio demuestra que lo que ocurre es que existe falta

de inversión en uniformes para vestir a los colaboradores y puedan ejecutar todas las actividades deportivas recreativas uniformados, lo que limita estar identificados todos los días, aunque ellos siempre buscan comprar ropa por su cuenta, que sea lo más parecida a la que les fue dada por el Viceministerio para ser identificados. Los colaboradores están acostumbrados a que la población beneficiaria los identifique con el gobierno y con ello al partido político oficial, con frecuencia son cuestionados por el trabajo que tienen y sobre la manera que lo consiguieron, pero la mayoría de instructores, promotores deportivos y voluntarios muestran que esto no les causa ningún tipo de problema y que al ser un trabajo deportivo recreativo lo que realizan, lo hacen con gusto y dejan pasar cualquier comentario sin que les afecte la motivación, la moral o la identidad con la institución.

Mejoramientos al servicio prestado

El estudio permite encontrar mecanismos de mejora para la prestación del servicio que realiza el Viceministerio del Deporte y la Recreación por medio de los instructores, promotores deportivos y voluntarios en las cinco regiones del país investigadas, esto para mejorar la calidad y eficiencia, así como la cobertura como parte de los objetivos de la promoción y masificación de la cultura física. Se concluye que los colaboradores se sienten motivados con el trabajo que realizan y demuestran un alto grado de deseo de hacerlo de mejor manera, por lo que la mayoría solicita contar con más insumos, material para actividades y facilidad logística para prestar un servicio óptimo. La mayoría de trabajadores comentan que sienten que la inversión en ellos es baja desde la institución, a pesar de ser de suma importancia para el organismo del Estado, ya que debido al contacto que tienen a diario con miles de personas en todo el país, estos representan la cara visible de la entidad, incluso el Viceministerio se ve beneficiado cuando los instructores, promotores deportivos y voluntarios ejecutan con excelencia la prestación de los servicios, ya que la población en general que se beneficia del trabajo que realiza el organismo, a quién identifica

como gobierno es a las personas con quiénes tienen comunicación y sienten agradecimiento por la práctica de actividades físicas recreativas.

Como parte de la eficiencia y mejora de la calidad del servicio, nuevamente es bueno mencionar como conclusión el tema de la importancia de tener a todos los colaboradores uniformados, ya que estos se sienten un alto grado de identidad con el Viceministerio del Deporte y la Recreación, y solicitan poder contar con vestimenta durante la realización de las distintas actividades. Al realizar un trabajo que permite tener visibilidad pública, beneficiando a miles de personas en todo el país, se concluye que las ventajas y la importante que representa para la entidad proporcionar suficiente vestimenta para el personal, les traerá grandes beneficios en aspectos de percepción positiva de la población guatemalteca, además que hará sentir cómodos a los colaboradores y al mismo tiempo apoya al fortalecimiento de su identidad, al verse y sentirse todos los días como parte importante del grupo que labora en esta organización, ya que de por sí el personal muestra satisfacción al realizar acciones que benefician al público que participa en la práctica recreativa. Incluso, el uniforme ayuda a realizar una doble promoción, tanto de la entidad pública como motivación para la práctica de la cultura física.

Nivel de identidad y orgullo de colaboradores

La investigación permite determinar y concluir que el nivel de identidad y orgullo de los colaboradores, instructores, promotores deportivos y voluntarios del Viceministerio del Deporte en las cinco regiones del país en donde se investigó, es alto, ya que la mayoría muestra satisfacción del trabajo que realiza, se identifican con la institución y con la labor que esta organización ejecuta, se sienten orgullosos de apoyar al desarrollo del país desde la participación del servicio que prestan por medio de actividades deportivas que contribuyen a la recreación de la población de Guatemala, lo que genera según la edad y la realidad de los beneficiarios, la utilización de manera positiva del tiempo libre, la prevención de violencia, el alejamiento de niños y jóvenes de pandillas, drogas,

crimen organizado, así como plasmar valores y hábitos sanos que el deporte provoca por naturaleza.

A la mayoría de colaboradores les gusta y se sienten cómodos con trabajar dentro de la institución, la respetan y dan lo mejor de ellos para trabajar con excelencia y mejorar cada día, incluso desean contar con más apoyo de insumos y uniformes para poder masificar y prestar el servicio a más personas. No quieren cambiar de trabajo, aunque tuvieran la oportunidad de cambiar de entidad, se sienten respaldados por su jefe inmediato, sienten un clima laboral positivo en el departamento de trabajo al que pertenecen y tienen buena comunicación entre colaboradores. No les afecta ser identificados con el partido político de gobierno y se sienten orgullosos y satisfechos de realizar actividades deportivas recreativas, lo que aumenta el grado de identidad con el Viceministerio del Deporte y la Recreación por la oportunidad que tienen de trabajar en lo que les gusta.

La mayoría expresa el deseo de mejorar sus capacidades y deseo de prestar cada día un mejor servicio y en lugar de querer menos trabajo, los colaboradores quieren aumentar el número de personas que se ven beneficiadas por el servicio que prestan, desean cumplir el mandato de masificación de la actividad física y la promoción de la recreación, para ello mencionan que ven importante y les gustaría contar con capacitaciones constantes, lo que serviría para el crecimiento individual del personal, crecimiento y cumplimiento de metas a colectivas a nivel departamento, así como, reforzaría la identidad y lealtad del personal hacia el Viceministerio del Deporte y la Recreación, lo que al mismo tiempo mejoraría la calidad y eficiencia del servicio que se ejecuta desde la entidad pública.

Conclusiones sobre investigación realizada

Se concluye que los resultados de la investigación no concuerdan con la hipótesis de la presente tesis: “La identidad de los instructores, promotores deportivos y voluntarios del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la institución se ve perjudicada al ser asociados por la población guatemalteca con

el partido político de gobierno en turno”. A diferencia de lo que se pensó al iniciar el estudio, el hecho de que la población guatemalteca relacione a la mayoría de trabajadores de entidades públicas, específicamente a los colaboradores del Viceministerio del Deporte y la Recreación con el partido político que gobierna la administración pública actual, no afecta la identidad de los trabajadores con la institución.

A pesar que todo acto de corrupción o noticia presentada en los medios de comunicación masivos y en las nuevas tecnologías de la comunicación, como lo son diarios digitales y redes sociales por internet, es comentada por el público de manera negativa, directamente a los colaboradores del Viceministerio. Esto no le afecta al personal que realiza la labor de servir en la promoción y ejecución de actividades deportivas recreativas. Están acostumbrados a este tipo de comentarios, los cuáles con regularidad son que tienen el puesto debido a su afiliación política, o que todos los que trabajan en la entidad del Estado son corruptos, por que quienes administran desde la cabeza del gobierno son acusados de hacer mal las cosas y la población guatemalteca tiende a generalizar en temas relacionados a la política.

El estudio nos demuestra que el valor extra que tiene el tipo de trabajo que ejercen los instructores, promotores deportivos y voluntarios, que fortalece la identidad a pesar de los comentarios negativos de alguna parte de la población y de los beneficiarios, debido a la relación del Viceministerio con la política guatemalteca, es que el servicio que estos realizan, es parte de su vocación y que la profesión ejercen es realizada con pasión y amor por la práctica deportiva que la mayoría a practicado y ha sido parte de sus vidas. A diferencia de lo que se pensó, la mayoría de los instructores deportivos, promotores deportivos departamentales y voluntarios de las cinco regiones del país donde se realizó el estudio, se sienten orgullosos de pertenecer al Viceministerio del Deporte y la Recreación. Utilizan el uniforme con orgullo, aunque esto les cause comentarios sobre su participación política. Y si en algún momento no se visten con algo que los identifique, no es porque no quieran, sino

porque la institución no les ha entregado suficientes recursos para uniformarse y cuentan con pocos insumos para realizar el trabajo de una manera más amplia.

Los resultados expresan que el ambiente laboral es positivo, bueno y cómodo para los colaboradores del Viceministerio del Deporte y la Recreación y que la comunicación entre el equipo de los diferentes departamentos y con el jefe inmediato superior es abierta, cómoda y sienten apoyo para trabajar por conseguir los objetivos trazados. Lo que reafirma que los colaboradores tienen fortalecida la identidad para la institución y que la hipótesis no concuerda con la realidad, ya que la identidad de los colaboradores es fuerte hacia el Viceministerio y no les afecta la percepción que la población en general tiene de los trabajadores públicos con el partido político oficial y que cualquier asociación con la corrupción del gobierno central no les afecta porque están convencidos que el servicio deportivos recreativo, no es parte de ese sistema y que el trabajo que realizan es importante para el país, ya que apoyan a crear hábitos saludables y al desarrollo integral de los ciudadanos. Incluso, los colaboradores mencionan que quieren realizar de mejor manera las actividades y no mencionan el deseo de salir de la entidad, aunque tengan otra oportunidad laboral. Los trabajadores tienen una identidad fuerte hacia la institución, ya que mencionan que desean capacitaciones para servir con mayor calidad a quienes se benefician de las diferentes actividades que organiza el Viceministerio del Deporte y la Recreación.

Además, en lugar de evitar ser identificados con la organización gubernamental, los colaboradores solicitan mayor cantidad de uniformes y de material para poder prestar el servicio a más personas y aumentar el número de beneficiarios, masificando la práctica y fortaleciendo el hábito de la cultura física. Se concluye que la identidad de los instructores, promotores deportivos y voluntarios esta fortalecida y no es afectada por los comentarios de asociación con el partido político de gobierno que la población guatemalteca hace sobre los colaboradores de la institución. Las diferentes acciones que realizan los trabajadores de esta entidad pública, son importantes para el organismo del Estado, debido a que son el primer contacto que tienen miles de personas

beneficiarias de manera diaria con la institución y estos colaboradores representan la cara visible del Viceministerio del Deporte y la Recreación, que se beneficia de una buena percepción cuando los trabajadores realizan un servicio de calidad, ya que desde otra perspectiva, la población también asocia al gobierno con la manera en que se comporta el trabajador público durante el servicio que le beneficia.

Referencias

Libros

- Allan, K. (1998). *The Meaning of Culture: Moving the Postmodern Critique Forward*. Estados Unidos: Praeger.
- Asturias, I. (1998). *Click Psicología Fácil*. Guatemala: Ediciones Expresa.
- Baena Paez, G. (1990). *Géneros Informativos*. México: Editorial Pax.
- Barrola, J. (1989). *El Editorial*. México: Editorial Gernika.
- Benavides Ledesma, J.L. y Quintero Herrera, C. (1997). *Escribir en Prensa*. México: Editorial Alhambra Mexicana.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1968). *La Construcción Social de la Realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Blank, E. (2003). *Periodismo para periodistas*. Guatemala: Centro Impresor PS. Avocación Doses.
- Camps, S. y Pazos, L. (1994). *Así se hace periodismo*. México: Editorial Inclán.
- Chomsky, N. (1965). *Aspects of the Theory of Syntax*. Cambridge: M.I.T.
- Chomsky, N. & Herman, E.S. (1993). *Letters from Lexington: Reflections on Propaganda*. Pluto Press.
- Dacaret, J. *Organización de empresas*. Guatemala. ServiTextos, F.L.
- Fuller, J. (1996). *Valores periodísticos*. Miami, Florida: Sociedad Interamericana de Prensa.
- Grijelmo, Alex (2001). *El estilo del periodista*. España: Editorial Taurus.
- Ibarrola, J. (1994). *El Reportaje*. México: Editorial Gernika.
- Jackson, R. (2005). *Manual de Administración Deportiva*. Lausanne: Comité Olímpico Internacional.
- Lemert, C. (1999). *Social Theory: The Multicultural and Classic Readings*. Estados Unidos: Westview Press.
- López, C. (2003). *Redacción en movimiento I y II*. Guatemala: Magna Editores.

- Mallette, M. F. (1998). *Manual para periodistas*. Miami, Florida: Instituto de Prensa. Sociedad Interamericana de Prensa.
- Maqueo, A. M. (1994). *Redacción*. México: Editorial Limusa.
- McLuhan, M., Fiore, Q., Agel, J. & Herrera, J.M. (1971). "*Guerra Y Paz en la Aldea Global*". Barcelona: Martínez Roca. Libro.
- McLuhan, M. Powers, B.R. & Ferrari, C. (1996). *La Aldea Global: Transformaciones en la Vida y los Medios de Comunicación Mundiales en el Siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- Orsini, M. & Iriarte, G. (1994). *Realidad y Medios de Comunicación. Técnicas e Instrumentos de análisis*. México: Editorial Dabar.

Tesis

- Ávalos Morales, Y. (2013). *La construcción de la identidad cultural salvadoreña, a través de la producción audiovisual realizada por la organización no gubernamental ACISAM, durante el año 2012*. Recuperado de <http://ri.ues.edu.sv/5436/1/La%20construcci%C3%B3n%20de%20la%20identidad%20cultural%20salvadore%C3%B1a,%20a%20trav%C3%A9s%20de%20la%20producci%C3%B3n%20audiovisual%20realizada%20por%20la%20organizaci%C3%B3n%20no%20gubernamental%20ACISAM,%20durante%20el%20a%C3%B1o%202012.pdf>
- Bedoda Espinoza, V. & Giglio Gallardo, C. (2006) *Motivación laboral y compensaciones: una investigación de orientación técnica*. Recuperado de http://www.archivochile.com/tesis/05_te/05te0012.pdf.
- Carrizo, M. (2012). *Las redes sociales como factor determinante de transgresión en la comunicación entre adolescentes. El fenómeno de Facebook y su influencia*. Recuperado de http://www.usal.edu.ar/archivos/di/carrizo_mercedes.pdf
- García López, G. (2001). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública*. Recuperado de <http://147.156.1.4/guilopez/documentos/tesiscompleta.pdf>
- Pindado, J. (2003). *El papel de los medios de comunicación en la socialización de los adolescentes de Málaga*. Recuperado de www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/16276978.pdf

Villanueva Cabrera, K. M. (2008). *Los medios de comunicación como generadores de opinión pública en El Salvador*. Recuperado de <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/03/MCO/ADVM0000273.pdf>

Recursos Electrónicos

Alsina, M. (1998). Las Estrategias Identitarias: Entre el Ser y el Hacer. *Revista CIDOB D'Afers Internacionals*, 43, 11-15. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/40585708>

Del Val, J. (1987). Identidad: Etnia Y Nación. *Boletín De Antropología Americana*, 15, 27-36. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/40977201>

Diccionario de Lengua Española. Identidad. *Real Academia Española*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=KtmKMfe>

Francisco, A. & Aguiar, F. (2003). Identidad, Normas E Intereses. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 104, 9-27. Recuperado de http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_104_031167905336179.pdf

Ferrando, M. G. (1979). Problemas Sociales del Trabajo Deportivo: el Caso de los Atletas Españoles de élite. *Revista Española De Investigaciones Sociológicas*, 8, 33-87. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/40182809>

Freire, P. M. (1978). Algunas Observaciones Sobre la Identidad. *Revista Internacional de Filosofía*, 8(3), 215-227. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/43045986>

Ibáñez, M. E., Guixà, M., & Casanovas, M. B. (2010). Por qué me gusta hacer Deporte (o No). *El Ciervo, Año 59*, 710, 26-29. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/40830375>

Rachik, Hassan. (2006). "*Identidad Dura e Identidad Blanda*". *Revista CIDOB D'Afers Internacionals*, 73, 9-20. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/40586224>

Steets, S. (2015). Taking Berger and Luckmann to the Realm of Materiality: Architecture as a Social Construction. *Cultural Sociology*, 1-6. doi: 10.1177/1749975515616652.

Várguez, L. (1996). El Trabajo en la Construcción de la Identidad. Los Desfibradores de Yucatán. *Estudios Sociológicos* 14(42), 757-97. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/40420431>

Apéndices

Apéndice A
Cuadro No. 1, Matriz de Variables

| No. | Variable | Indicadores | Relación con la técnica | Observaciones |
|-----|--|--|--|---|
| 1 | Identidad | 1. Sentimientos con uniforme puesto. 2. Motivación laboral. 3. Tendencia de quedarse dentro de la misma institución. 4. Orgullo de pertenecer dentro del Viceministerio. 5. Sentimiento dentro del ambiente laboral. | Encuesta: 7, 8, 10 Entrevista: 6, 9, 10 | Identificar los sentimientos de pertenencia, orgullo, motivación que caracteriza a los trabajadores del Viceministerio. |
| 2. | Instructores | 1. Sexo. 2. Edad. 3. Pertenencia étnica. 4. Escolaridad. 5. Deporte favorito. 6. Visión deportiva. | Encuesta: 1, 2, 3, 4 Entrevista: 1, 2 | Conocer los datos generales sobre la población de participantes. |
| 3. | Promotores deportivos | 1. Sexo. 2. Edad. 3. Pertenencia étnica. 4. Escolaridad. 5. Deporte favorito. 6. Visión deportiva. | Encuesta: 1, 2, 3, 4 Entrevista: 1, 2 | Conocer los datos generales sobre la población de participantes. |
| 4. | Voluntarios | 1. Sexo. 2. Edad. 3. Pertenencia étnica. 4. Escolaridad. Institución. 5. Deporte favorito. 6. Visión deportiva. | Encuesta: 1, 2, 3, 4. Entrevista: 1, 2. | Conocer los datos generales sobre la población de participantes. |
| 5. | Viceministerio del Deporte y la Recreación | 1. Objetivo del Viceministerio. 2. Papel que juega Viceministerio en Guatemala. 3. Mejoramientos a servicio. 5. Comunicación con encargado. | Encuesta: 6 Entrevista: 3, 4, 5. | Entender la percepción de los trabajadores sobre las metas y servicios del Viceministerio. |

| | | | | |
|----|--------------------------------|---|--|---|
| 6. | Afectada | <ol style="list-style-type: none"> 1. Motivación de trabajadores. 2. Orgullo de trabajadores. 3. Sentimiento con uniforme puesto. 4. Sentimiento dentro del ambiente laboral. | <p>Encuesta: 7, 8, 10.</p> <p>Entrevista: 6, 9,10.</p> | Identificar el impacto de la percepción de asociación pública entre los colaboradores y la política partidista, con la identidad. |
| 7. | Asociados | <ol style="list-style-type: none"> 1. Preguntas o comentarios sobre participación del colaborador con partido político. 2. Preguntas o comentarios sobre campaña. | <p>Encuesta: 5, 9.</p> <p>Entrevista: 7, 8.</p> | Entender como están asociados los trabajadores públicos al partido político de gobierno actual, por el público. |
| 8. | Población Guatemalteca | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sexo. 2. Edad. 3. Pertenencia étnica. 4. Escolaridad. 5. Deporte favorito. 6. Visión deportiva. | <p>Encuesta: 1, 2, 3, 4.</p> <p>Entrevista: 1, 2.</p> | Conocer la población estudiada. |
| 9. | Partido político gubernamental | <ol style="list-style-type: none"> 1. Preguntas o comentarios sobre participación del colaborador con partido político. 2. Preguntas o comentarios sobre campaña. | <p>Encuesta: 5, 9.</p> <p>Entrevista: 7, 8.</p> | Entender como están asociados los trabajadores gubernamentales partido político del gobierno actual, por el público. |

Apéndice B
Cuadro No. 2, Tabla de Preinstrumentos

Cuadro No. 2, Tabla de Preinstrumentos

| No. | Objetivo | Técnica |
|-----|---|---|
| 1 | Verificar si afecta en la motivación de los colaboradores, la percepción de asociación con partidos políticos | Encuesta: 7, 8, 9, 10 Entrevista: 7, 8, 9, 10 |
| 2 | Analizar la identidad y el sentimiento de pertenencia de los colaboradores con la institución | Encuesta: 7, 10 Entrevista: 6, 9, 10 |
| 3 | Descubrir el grado de motivación de los colaboradores | Encuesta: 5, 8, 10 Entrevista: 6, 9, 10 |
| 4 | Verificar el clima laboral | Encuesta: 1, 2, 3, 4, 5, 6 Entrevista: 1, 2, 3, 4, 9 |
| 5 | Encontrar si afecta a los trabajadores la percepción de la población en asociar al trabajador público con la política | Encuesta: 7, 8, 9, 10 Entrevista: 7, 8, 9, 10 |
| 6 | Apoyar a encontrar mejoras para la prestación de los servicios. | Entrevista: 3, 4, 5 |

Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán, 2016.

Apéndice C
Boleta de Encuesta

Boleta de Encuesta

Agradecemos el tiempo para contestar esta encuesta, por favor marcar una X en la respuesta que lo identifique. Es anónima, confidencial y no afectará el trabajo que realiza en la institución. Las respuestas servirán para una tesis de Licenciatura en Medios de Comunicación e Informativos de la Universidad Galileo.

1. Sexo: M _____ F _____ **2. Edad:** _____

3. Pertenencia étnica: Indígena _____ Mestizo _____ Otro _____

4. Escolaridad: Primaria ___ Básico ___ Diversificado ___ Universitario ___
Otro _____

5. ¿Cómo se siente con el ambiente laboral de la institución?

Cómodo ___ Incómodo ___ Indiferente ___ Quiero cambiar de trabajo ___

6. La comunicación con su encargado o jefe superior es:

Buena ___ Regular ___ Mala ___

7. Al usar uniforme de la institución usted:

- A. Siente orgullo _____
- B. Teme que le asocien con el partido de Gobierno _____
- C. Le es indiferente _____

8. Cuándo va a sus actividades laborales usted:

- A. Va motivado _____
- B. Se siente aburrido _____
- C. Es un día más _____

9. Alguna vez le han preguntado mientras presta el servicio a un beneficiario:

- A. Usted es del partido de Gobierno _____
- B. Hizo campaña política _____
- C. No me han preguntado _____

10. Si en este momento tiene una oportunidad laboral en otra institución con el mismo salario usted:

- A. Se queda en el puesto actual _____
- B. Se va a la otra institución _____

Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán, 20 de febrero 2015.

Apéndice D

Guía de Entrevista

1. ¿Qué deporte es su favorito?
2. ¿Cuál es su visión del deporte?
3. ¿Cuál es el objetivo del Viceministerio del Deporte y la Recreación?
4. ¿Qué papel juega el Viceministerio del Deporte y la Recreación en Guatemala?
5. ¿Qué se necesita para mejorar el servicio que actualmente se presta?
6. ¿Creé que los instructores, promotores deportivos y voluntarios se sienten orgullosos de ser parte del Viceministerio del Deporte y la Recreación?
7. ¿Usted creé que los instructores y promotores deportivos son asociados con el partido de gobierno de turno por los beneficiarios de la institución?
8. ¿A usted le han preguntado beneficiarios de servicios, amigos o alguna persona, si usted es del partido de gobierno actual o si hizo campaña y por eso trabajo en la institución?
9. ¿El ambiente de trabajo de su departamento le agrada o debe mejorar algunos aspectos? ¿Cómo cuáles?
10. ¿Usted se siente orgulloso de vestir con el uniforme del Viceministerio del Deporte y la Recreación en actividades públicas? ¿Por qué?

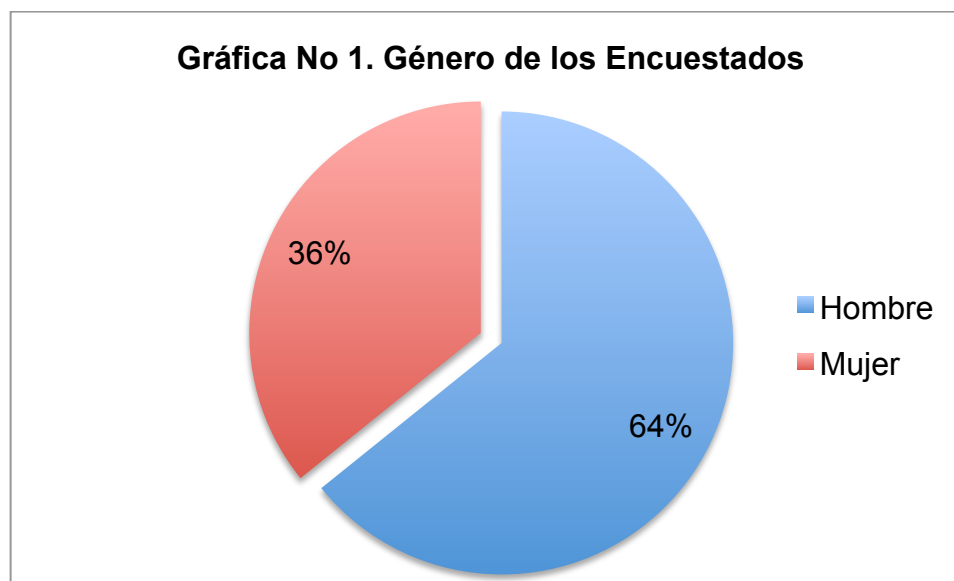
Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán, 20 de febrero 2015.

Apéndice E
Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 3 y gráfica No. 1

Cuadro No. 1, Género de los encuestados

| Género | Cantidad | Porcentaje |
|---------------|-----------------|-------------------|
| Hombre | 61 | 64.21% |
| Mujer | 34 | 35.78% |

Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.



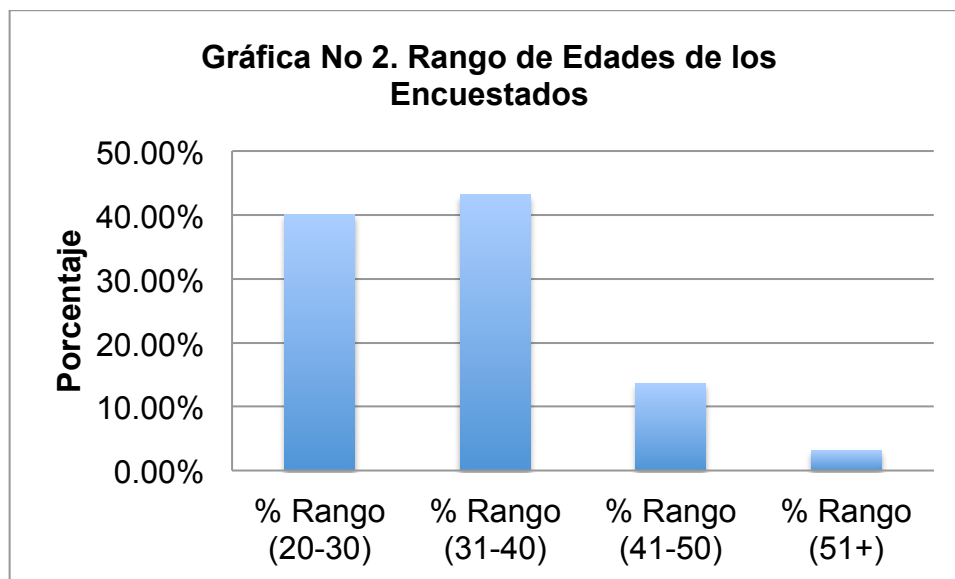
Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.

Apéndice F
Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 4 y gráfica No. 2

Cuadro No. 2, Edades de los encuestados

| Rango de Edad | Cantidad | Porcentaje |
|----------------------|-----------------|-------------------|
| 20 - 30 | 38.00 | 40.00% |
| 31 - 40 | 41.00 | 43.16% |
| 41 - 50 | 13.00 | 13.68% |
| 51+ | 3.00 | 3.16% |

Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.



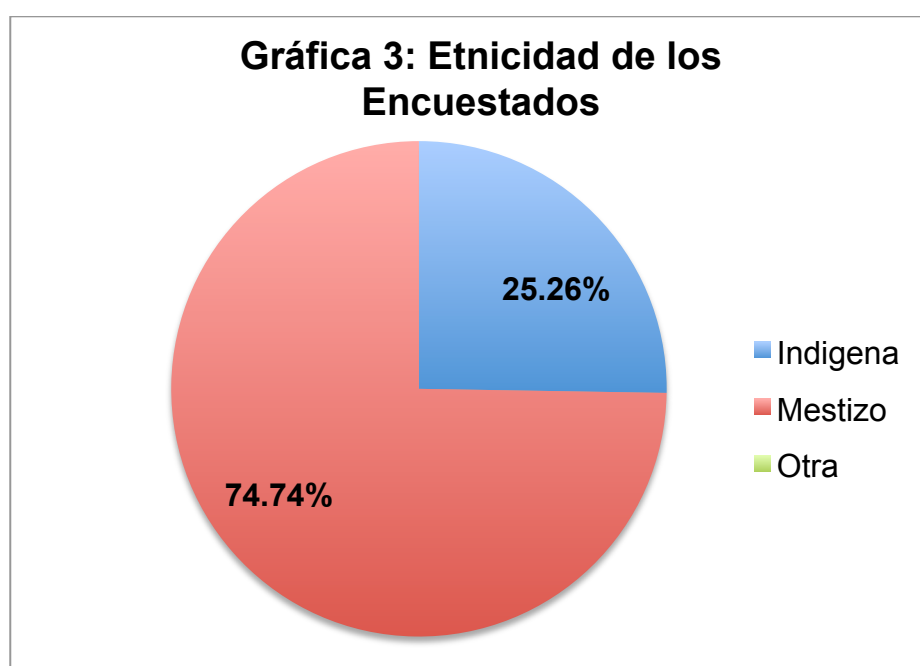
Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.

Apéndice G
Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 5 y gráfica No. 3

Cuadro No. 3, Etnicidad de los encuestados

| Ultimo grado cursado | Cantidad | Porcentaje |
|-----------------------------|-----------------|-------------------|
| Indígena | 24.00 | 25.26 |
| Mestizo | 71.00 | 74.74 |
| Otro | 0.00 | 0.00 |

Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.



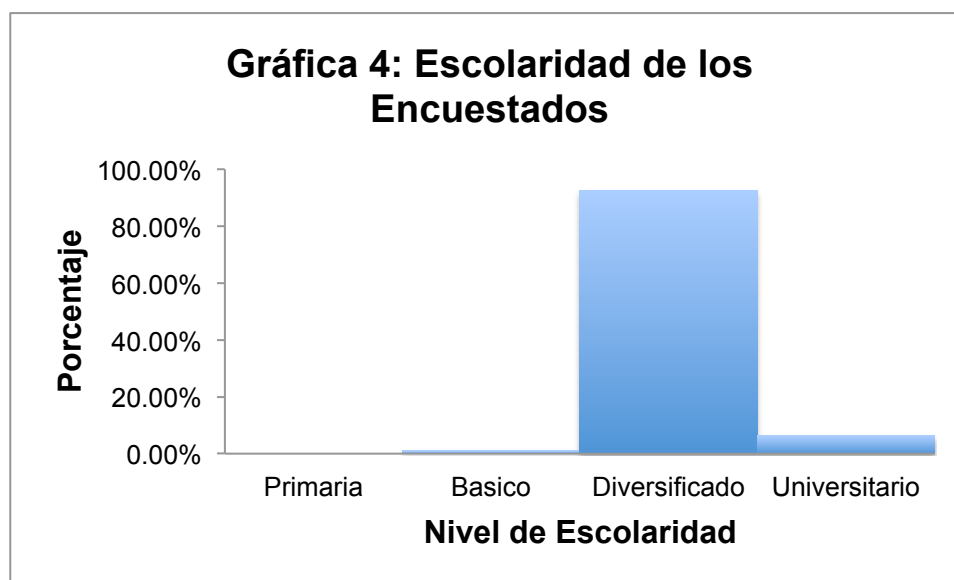
Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.

Apéndice H
Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 6 y gráfica No. 4

Cuadro No. 4, Escolaridad de los encuestados

| Ultimo grado cursado | Cantidad | Porcentaje |
|-----------------------------|-----------------|-------------------|
| Primaria | 0.00 | 0.00% |
| Básico | 1.00 | 1.05% |
| Diversificado | 88.00 | 92.63% |
| Universitario | 6.00 | 6.32% |

Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.



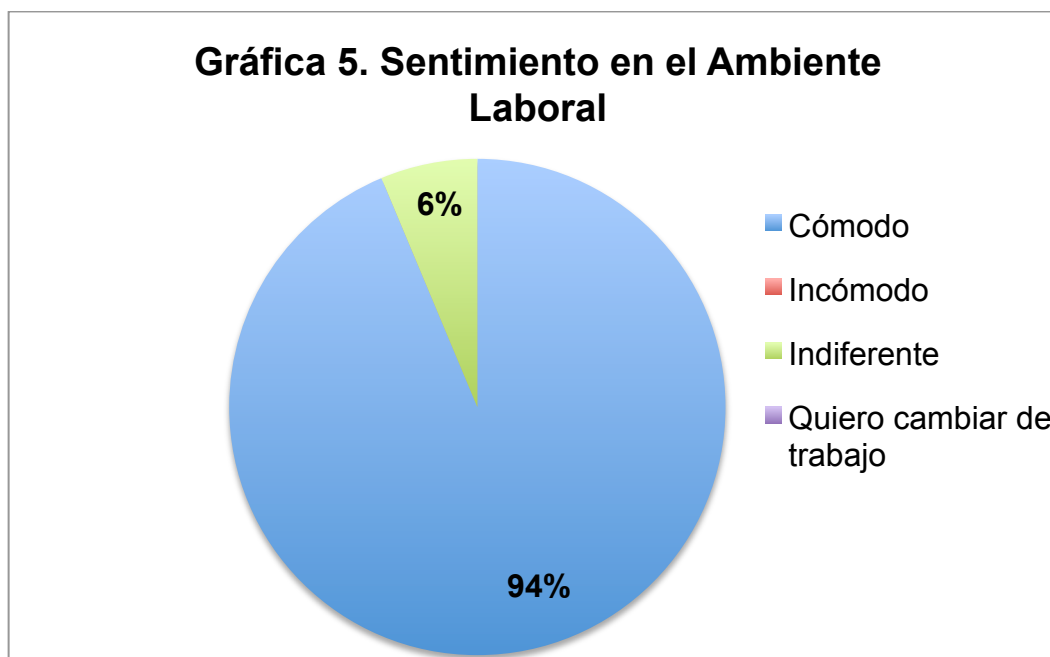
Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016

Apéndice I
Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 7 y gráfica No. 5

Cuadro No. 5, Sentimiento en ambiente laboral

| Sentimiento: | Cantidad | Porcentaje |
|----------------------------------|-----------------|-------------------|
| Cómodo | 89.00 | 93.68% |
| Incómodo | 0.00 | 0.00% |
| Indiferente | 6.00 | 6.31% |
| Quiero cambiar de trabajo | 0.00 | 0.00% |

Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.



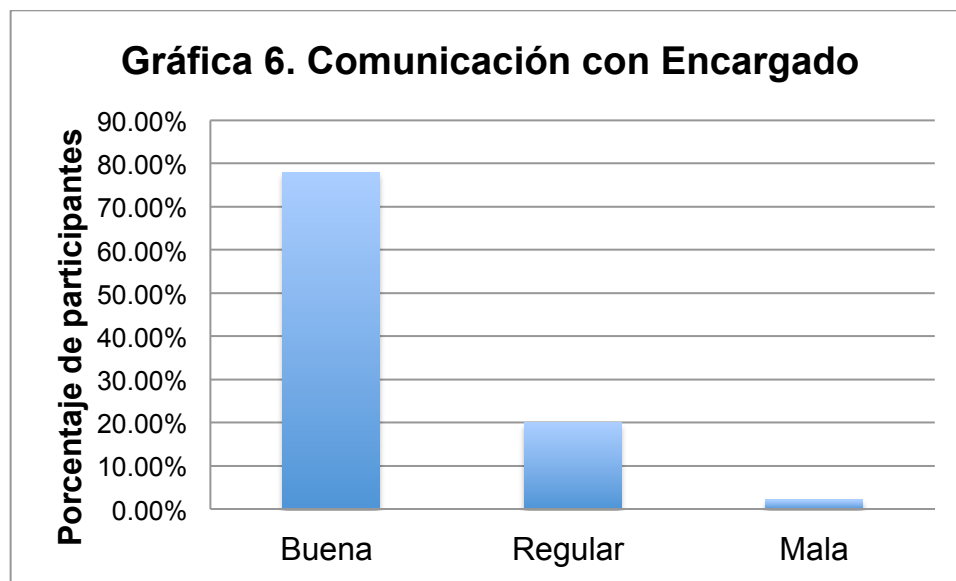
Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.

Apéndice J
Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 8 y gráfica No. 6

Cuadro No. 6, Comunicación con encargado

| Clasificación de Comunicación | Cantidad | Porcentaje |
|--------------------------------------|-----------------|-------------------|
| Buena | 74.00 | 77.89% |
| Regular | 19.00 | 20.00% |
| Mala | 2.00 | 2.11% |

Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.



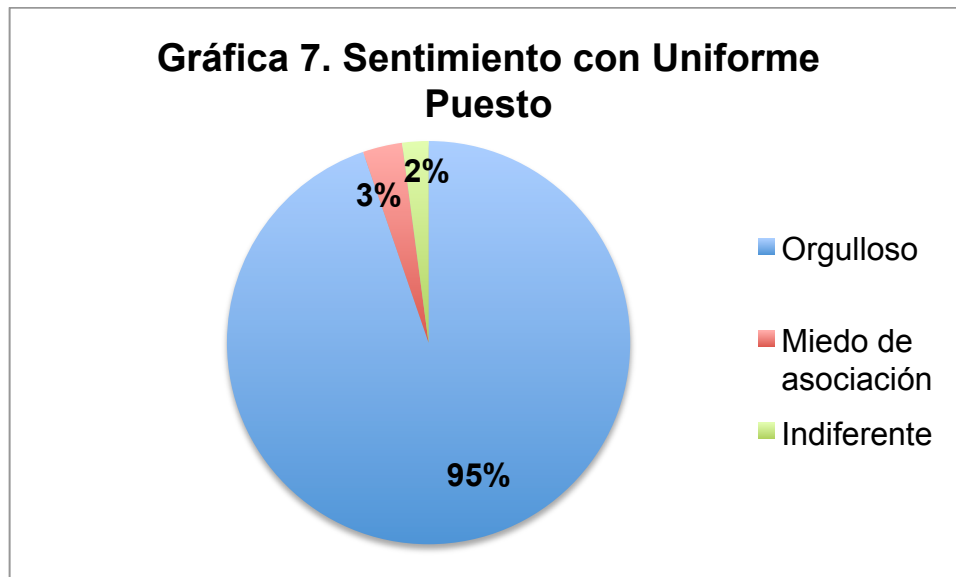
Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.

Apéndice K
Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 9 y gráfica No. 7

Cuadro No. 7, Sentimiento con uniforme puesto

| Sentimiento | Cantidad | Porcentaje |
|----------------------------|----------|------------|
| Orgullosos | 90.00 | 94.74% |
| Miedo de asociación | 3.00 | 3.16% |
| Indiferente | 2.00 | 2.11% |

Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.



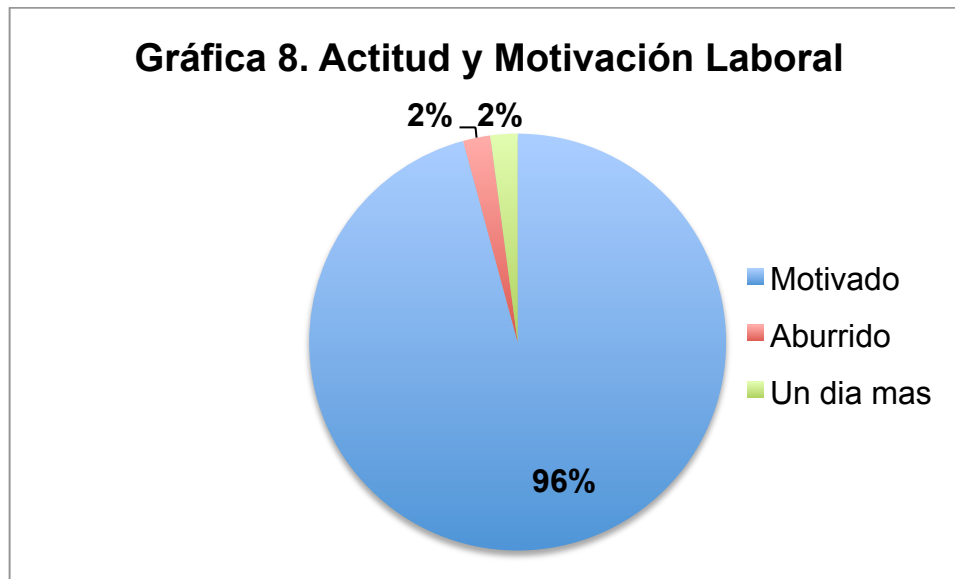
Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.

Apéndice L
Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 10 y gráfica No. 8

Cuadro No. 8, Actitud y motivación laboral

| Tipo de Actitud | Cantidad | Porcentaje |
|------------------------|-----------------|-------------------|
| Motivado | 91.00 | 95.79% |
| Aburrido | 2.00 | 2.11% |
| Un día mas | 2.00 | 2.11% |

Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.



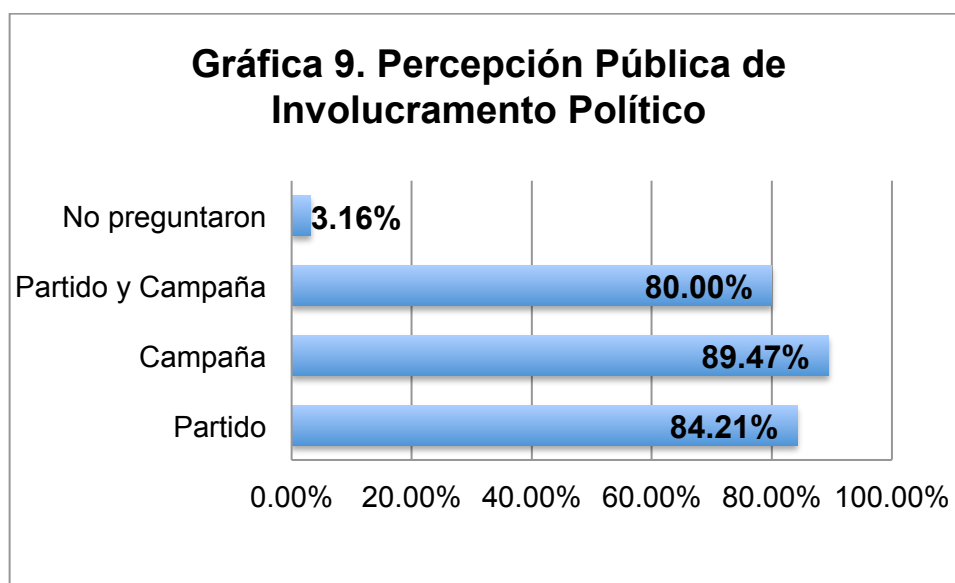
Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.

Apéndice M
Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 11 y gráfica No. 9

Cuadro No. 9, Percepción pública de involucramiento político

| Percepción | Cantidad | Porcentaje |
|--------------------------|-----------------|-------------------|
| Partido | 80.00 | 84.21% |
| Campaña | 85.00 | 89.47% |
| Partido y Campaña | 76.00 | 80.00% |
| No preguntaron | 3.00 | 3.16% |

Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.



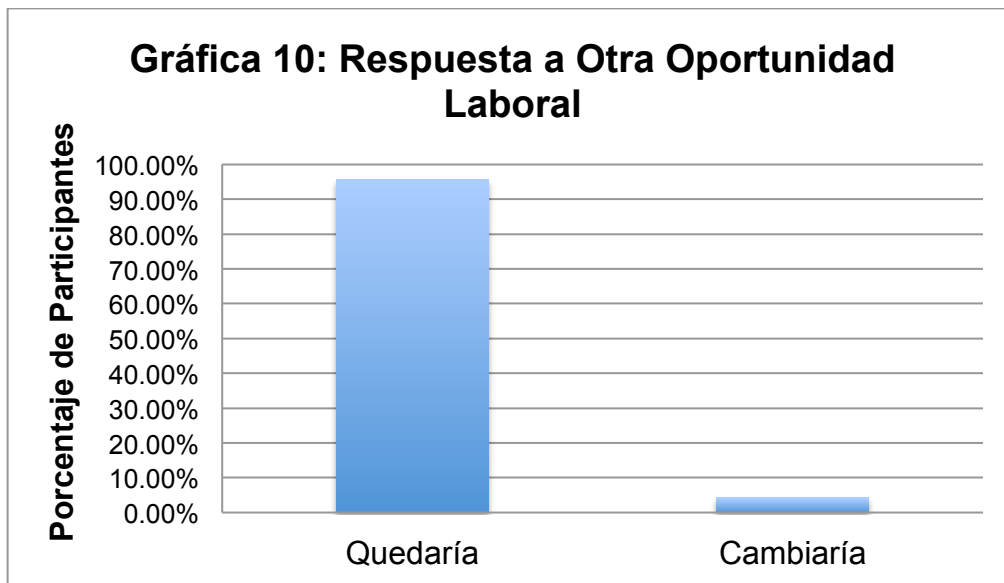
Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.

Apéndice N
Análisis y Discusión de Resultados, cuadro No. 12 y gráfica No. 10

Cuadro No. 10, Respuesta a otra oportunidad laboral

| Respuesta | Cantidad | Porcentaje |
|------------------|-----------------|-------------------|
| Quedaría | 91.00 | 95.79% |
| Cambiaría | 4.00 | 4.21% |

Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.



Fuente: Elaborado por Juan Francisco Roldán. 5 de abril 2016.

Apéndice O
Fotos del autor laborando con el Viceministerio de Deportes y la Recreación

Fotos 1 y 2 – Promoviendo programa “Re-crea más” del Viceministerio del Deporte y la Recreación en Nuestro Mundo el 11 de marzo 2015.



Fuente: Juan Francisco Roldán, 11 de marzo 2015.



Fuente: Juan Francisco Roldán, 11 de marzo 2015.

Foto 3 – El autor presentando en Canal Antigua Sports el 21 de septiembre 2015.



Fuente: Juan Francisco Roldán, 21 de septiembre 2015.

Foto 4 – El autor guiando una capacitación para los voluntarios de Petén en 2015



Fuente: Juan Francisco Roldán, 2015.

Fotos 5 y 6 – El autor con los principales autoridades del Viceministerio del Deporte y la Recreación presentando proyectos de 2015



Fuente: Juan Francisco Roldán, 2015.



Fuente: Juan Francisco Roldán, 2015.

Fotos 7 y 8 – El autor en capacitaciones del Viceministerio del Deporte y la Recreación

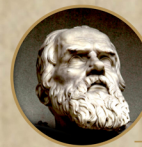


Fuente: Juan Francisco Roldán, 2015.



Fuente: Juan Francisco Roldán, 2015.






Licenciada
Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Imagen Pública
Universidad Galileo

Estimada Licenciada Mansilla:

Por medio de la presente, yo que me identifico con carnet 11006781 y DPI 2453844210101 autorizó a la Escuela Superior de Imagen Pública la publicación de la Tesis “La identidad de los instructores y promotores deportivos del Viceministerio del Deporte y la Recreación con la Institución, en los departamentos de las regiones Central, Metropolitana, Nororiental, Suroriental y voluntarios de Péten” en el Tesario virtual de la Universidad.

Como autor del material de investigación sustentada mediante el protocolo de Escuela Superior de Imagen Pública, expresó que la misma es de mi autoría y con contenido inédito, realizado con el acompañamiento experto de mi asesora y por tanto he seguido los parámetros éticos y legales respecto de las citas de referencias y todo tipo de fuentes, establecidos en el Reglamento de la Universidad Galileo.

Sin otro particular, me suscribo.

F: 
Juan Francisco Roldán

Carné 11006781