

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Campaña de comunicación un Gool a los sueños

.

Pablo Alejandro Ayala Viteri

Comunicación

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

Licenciado En Comunicación y Relaciones Públicas

Quito, 12 de mayo de 2025

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y artes contemporáneas de la

Universidad San Francisco de Quito

HOJA DE CALIFICACIÓN

DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Campaña de comunicación un Gool a los sueños

Pablo Alejandro Ayala Viteri

Nombre del profesor, Título académico,

.

**Doctora en comunicación. María José
Enríquez Cruz**

Quito, 12 de mayo de 2025

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos:

Pablo Alejandro Ayala Viteri

Código:

139403

Cédula de identidad:

0604591859

Lugar y fecha:

Quito, Mayo de 2025

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

RESUMEN

Este trabajo de investigación se enfoca en cómo el fútbol puede convertirse en una herramienta psicosocial para mejorar la calidad de vida de niños y niñas en situación de vulnerabilidad. La campaña “Un goal a los sueños” nace de la necesidad de crear espacios seguros donde los niños puedan expresarse, aprender y desarrollarse emocionalmente, más allá de lo deportivo, relacionándolo con mi formación en Comunicación y Relaciones Públicas, generando contenido, acciones comunitarias y alianzas que permitieron visibilizar esta problemática de manera humana y cercana.

La metodología utilizada fue cualitativa, permitiendo observar de forma directa las interacciones de los niños en talleres, entrevistar a expertos como entrenadores, psicólogos y medios de comunicación, y registrar testimonios y emociones vividas en los espacios trabajados; su enfoque se centró en describir e interpretar experiencias reales, aplicando entrevistas semiestructuradas, observación participante y análisis de medios digitales. Se logró documentar cómo el fútbol, acompañado de acompañamiento psicológico, se transforma en una herramienta para fortalecer la autoestima, el trabajo en equipo y el manejo emocional.

También se realizó una revisión bibliográfica centrada en teorías del desarrollo y aprendizaje infantil, como la Teoría del Aprendizaje Social de Bandura, que manifiesta que los niños aprenden por observación e imitación; la Teoría del Desarrollo Cognitivo de Piaget, quien resalta el valor del juego en las etapas de aprendizaje; y los aportes de la Neuroeducación, que muestran cómo las experiencias tempranas influyen en el desarrollo emocional, social y cognitivo. Además, se tomaron como base los informes de UNICEF y la Fundación LEGO, donde se sostiene que el juego no solo es recreativo, sino esencial para aprender habilidades de vida.

Entre los resultados más importantes se destaca la participación activa de más de 100 niños y niñas en talleres en Quito y Míndo, la ejecución de dos eventos masivos, la alianza con dos

Organizaciones con enfoque en inclusión social, infancia y deporte, 11 auspiciantes, 5 medios de comunicación, 6 aliados estratégicos, así como el alcance digital de la campaña a través de Instagram, donde se logró conectar con 199 seguidores, generando interacción, contenido compartido y mensajes de interés por replicar la propuesta en otras comunidades.

Palabras clave: Psicosocial, vulnerabilidad, comunicación, metodología, experiencias, resultados.

ABSTRACT

This research project focuses on how soccer can become a psychosocial tool to improve the quality of life for vulnerable children. The campaign “A Goal for Dreams” was born out of the need to create safe spaces where children can express themselves, learn, and develop emotionally—beyond just the athletic aspect—while aligning with my background in Communication and Public Relations by generating content, community actions, and partnerships that helped humanize and raise awareness of this issue in a close and relatable way.

The methodology used was qualitative, allowing for direct observation of children's interactions during workshops, interviews with experts such as coaches, psychologists, and media professionals, as well as the documentation of testimonies and emotions experienced in the spaces involved. The approach focused on describing and interpreting real experiences, applying semi-structured interviews, participant observation, and digital media analysis. The study documented how soccer, when paired with psychological support, becomes a tool for strengthening self-esteem, teamwork, and emotional management.

A literature review was also conducted, focusing on child development and learning theories, such as Bandura's Social Learning Theory, which emphasizes that children learn through observation and imitation; Piaget's Cognitive Development Theory, which highlights the value of play in learning stages; and insights from Neuroeducation, showing how early experiences influence emotional, social, and cognitive development. Additionally, reports from UNICEF and the LEGO Foundation were referenced, underscoring that play is not only recreational but also essential for learning life skills.

Among the most significant results were the active participation of over 100 children in workshops held in Quito and Mindo, the execution of two large-scale events, partnerships with

two organizations focused on social inclusion, childhood, and sports, support from 11 sponsors, 5 media outlets, and 6 strategic partners, as well as the campaign's digital reach via Instagram, where it connected with 199 followers, generating engagement, shared content, and interest in replicating the initiative in other communities.

Keywords: Psychosocial, vulnerability, communication, methodology, experiences, results.

Tabla de contenido

RESUMEN	5
ABSTRACT.....	7
INTRODUCCIÓN	12
1 Capítulo I	14
1.1 Infancia y calidad de vida de los niños.....	14
1.2 Datos.....	17
1.3 El deporte como una alternativa de cambio.	18
2 CAPÍTULO II.....	24
2.1 La nueva economía del fútbol	24
2.2 El fútbol como promotor de habilidades sociales.....	24
2.3 El fútbol y el desarrollo cognitivo	26
2.4 Deporte como inclusión social	28
3 Capítulo III.....	30
3.1 Comunicación y deporte.....	30
3.2 Promoción deportiva desde la mirada de la comunicación.....	34
4 Capítulo IV.	39
4.1 Presentación de la campaña.....	39
4.2 Metodología de investigación	42
4.3 Revisión teórica.....	42
4.4 Investigación: tipo y métodos	43
4.5 Resultados importantes	43

4.6	Diseño, planeación y ejecución de la campaña	45
4.7	Mapa de públicos y aliados estratégicos	45
4.7.1	Público principal	45
4.7.2	Público secundario	46
4.7.3	Aliados técnicos y estratégicos	46
4.7.4	Empresas y auspiciantes	46
4.7.5	Medios de comunicación	46
4.7.6	Comunidad digital.....	46
4.8	Planificación de la campaña.....	46
4.8.1	Fases de la campaña.....	46
4.9	Matriz de objetivos.....	47
4.9.1	Objetivo general.....	47
4.9.2	Objetivos específicos	47
4.10	Estrategias	47
4.11	Planificación digital de la campaña.....	48
4.11.1	Objetivo digital	48
4.11.2	Público digital.....	48
4.11.3	Estrategia de contenido.....	49
4.11.4	Ejecución de la campaña	49
4.12	Resultados e impacto.....	49
4.13	Gestión de medios y relaciones públicas.....	50
4.14	Logros no esperados.....	50
5	Conclusiones.....	51

6	Recomendaciones	52
7	Referencias bibliográficas	53

INTRODUCCIÓN

Mediante el presente proyecto se buscó fomentar un entorno deportivo de interacción que permita a los niños y niñas de bajos recursos fortalecer sus habilidades sociales y emocionales; puesto a que investigaciones y análisis previos evidencian que estos niños, debido a sus condiciones socioeconómicas, enfrentan desigualdades significativas que limitan su desarrollo social y cognitivo, ante esta realidad se presentan tres capítulos que contienen temas relevantes a tener en cuenta para investigaciones futuras. El fútbol, como deporte popular y accesible, ofrece múltiples beneficios además de promover la condición física al trabajar la resistencia, fuerza, coordinación y velocidad, refuerza valores como el trabajo en equipo, la disciplina y la responsabilidad. Autores como Bandura destacan que el desarrollo de las habilidades individuales surge en contextos sociales; por lo tanto, cuando estos contextos son limitados, también se restringe el aprendizaje y crecimiento de los niños; bajo esta perspectiva, el fútbol se presenta como un gestor de cambio capaz de transformar su entorno y brindarles nuevas oportunidades.

Como es posible evidenciar los ciudadanos más desventajados padecen una discriminación social múltiple, disponen de menos recursos socioeconómicos, tienen menos poder en la toma de decisiones, disponen de una peor atención sanitaria y están más expuestos a los factores de riesgo que empeoran su salud, ya sean estos de tipo personal, social o ambiental (Benach & Muntaner, 2005, p. 13). Ante esta realidad, se vuelve imperativo realizar intervenciones en esta población, la situación que describen estos autores no solo es preocupante, sino que también refleja una urgencia social que exige una respuesta efectiva, por lo tanto, la promoción de programas como el fútbol es una herramienta de inclusión y desarrollo social, fortaleciendo sus habilidades motrices, sociales, cognitivas y emocionales.

Como parte de esta propuesta se presenta una campaña de comunicación la cual es explicada en el capítulo IV, la cual logro visibilizar cómo el fútbol puede convertirse en un entorno protector y formativo para niños en situación de vulnerabilidad. Desde un enfoque comunicacional, se promueve la creación de espacios donde los niños puedan expresarse, fortalecer sus habilidades sociales y emocionales, y participar activamente en su propio proceso de desarrollo; La campaña se construye con base en acciones en territorio, trabajo con aliados estratégicos y medios digitales, integrando la comunicación como eje central para movilizar, sensibilizar y generar impacto comunitario.

1 Capítulo I

1.1 Infancia y calidad de vida de los niños

Para iniciar hablando de la infancia, es importante resaltar cómo aprende un niño y desde cuándo empieza a hacerlo. Según Ramírez et al. (2014), "se admite que los niños y las niñas aprenden desde el momento de la concepción y que, por tanto, el desarrollo humano es estimulado y potenciado en el vientre materno y, posteriormente, acompañado por personas mediadoras en dicho desarrollo". En este sentido, ahora se reconoce que los niños no únicamente empiezan a aprender en su infancia, sino desde que se encuentran en el vientre materno. Durante este período prenatal, el bebé comienza a reconocer los sonidos, las voces y otros estímulos que provienen del entorno de la madre, quienes, a través de sus emociones y el ambiente que experimenta, ofrecen los primeros aprendizajes. El vínculo madre-hijo es esencial en esta etapa, ya que las experiencias emocionales y los cambios hormonales que experimenta la madre influyen directamente en el bienestar y desarrollo temprano del niño. A medida que va creciendo, el desarrollo del niño depende en gran medida del ambiente que lo rodea y de las interacciones que tiene con su círculo cercano, principalmente los padres, quienes desempeñan un papel crucial en reforzar aquellos aspectos que contribuirán a mejorar su calidad de vida.

La infancia es una etapa esencial en la vida de cada persona, y numerosos estudios han destacado la importancia de que esta fase de la vida se desarrolle adecuadamente, pues una infancia sana y bien estructurada sienta las bases para el aprendizaje y el comportamiento futuro. En este sentido, desde la perspectiva de la neuroeducación, es posible afirmar que los cimientos de todos los aprendizajes posteriores se establecen durante estos años formativos. La Organización de los Estados Americanos (2010) plantea que el desarrollo cerebral en la

infancia, impulsado por la interacción entre el código genético y las experiencias ambientales, establece las bases para futuros aprendizajes y el desarrollo de habilidades cognitivas, sociales y emocionales. Este proceso, altamente sensible en los primeros años, se ve afectado por los estímulos que el niño recibe y cómo estos impactan. Por lo tanto, la infancia no solo es fundamental para el desarrollo de habilidades cognitivas y sociales, sino también para la formación de patrones de comportamiento y las respuestas emocionales ante diversas situaciones. Además, se debe resaltar la importancia del ambiente en el que los niños crecen y se desarrollan, pues no solo existen los factores endógenos como la predisposición genética si no también están los exógenos como el entorno social y cultural, influyen de manera significativa en su desarrollo, los cuales pueden tener efectos positivos o, por el contrario, generar dificultades que, si no son identificadas y tratadas adecuadamente desde la edad temprana, pueden convertirse en obstáculos permanentes para su desarrollo. Este es un punto crítico, ya que la falta de intervención adecuada puede llevar a que problemas emocionales, sociales o cognitivos persistan a lo largo de su vida; por lo tanto, se hace evidente la necesidad de actuar de manera temprana y con el enfoque adecuado.

Siendo esencial para este estudio tener en cuenta las teorías y los enfoques propuestos por diversos autores que han abordado el desarrollo infantil, se hace necesario mencionar lo que argumenta Piaget el aprendizaje y el desarrollo psicobiológico del niño son procesos continuos y secuenciales, lo que implica que el niño, para lograr un equilibrio mental y adaptar su conocimiento a la realidad, requiere contar con las estructuras necesarias en su desarrollo cognitivo (Guillén, 2014). Este enfoque resalta que, aunque el niño tiene procesos cognitivos propios y aprende interactuando con su entorno y las personas que lo rodean, necesita, además, orientación y apoyo para encaminar sus aprendizajes de manera adecuada. Este acompañamiento debe ser acorde con la edad del niño y respetar sus intereses y preferencias, asegurando que el proceso de aprendizaje sea significativo.

Asimismo, Piaget sostenía que los niños interpretan el mundo a partir de las herramientas y conocimientos disponibles en cada etapa de su desarrollo, explicando su realidad a través de los medios de los que disponen en ese momento, como señala Chiva (citado en Duek, 2010), a medida que las aptitudes lógicas del niño evolucionan, sus explicaciones se vuelven más complejas, adoptando una perspectiva causal y verificable, y desarrollando gradualmente la capacidad de resolver los problemas. Este proceso, fundamental en el desarrollo cognitivo, permite al niño superar las explicaciones egocéntricas y adoptar puntos de vista más amplios y objetivos con el tiempo.

Por otro lado, al comentar acerca de la calidad es importante no separar esta palabra de la infancia, ya que el cuidado adecuado de la infancia es, en esencia, una lucha por la calidad de vida. Según Badía y Lizán (citados en Quiceno & Vinaccia, 2013), la palabra calidad proviene del latín *qualitas*, que hace referencia a aquello que convierte a una persona en cual, diferenciándola de los demás seres. La cualidad más representativa del ser humano es, según estos autores, la razón, lo que lleva a concebir la calidad de vida como un concepto estrechamente ligado a la racionalidad. En consecuencia, se puede afirmar que la calidad implica aquello que marca la diferencia, entendido como bienestar general, que abarca tanto aspectos físicos como emocionales y sociales.

En términos históricos, la necesidad de mejorar la calidad de vida ha sido un tema central en las civilizaciones humanas desde tiempos remotos. En sus inicios, este concepto se medía mediante indicadores indirectos, como datos epidemiológicos, no obstante, con el tiempo y la evolución del concepto de bienestar, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 1948) definió la salud como "un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solo la ausencia de afecciones o enfermedades". Esta definición amplía la comprensión de la salud, reconociendo la importancia de un enfoque integral que no se limite únicamente al

aspecto físico, sino que también valore el bienestar emocional y la capacidad de integrarse en un entorno social saludable.

Al mencionar la calidad de vida en la infancia es fundamental considerar la responsabilidad del Estado en garantizar y promover los derechos de los niños desde la infancia temprana (0 a 8 años), es esencial velar por el cumplimiento de estos derechos, ya que son vitales para el desarrollo saludable, conductual y educativo de los niños. Urbina (2015) afirma que La Convención sobre los Derechos del Niño (CDN), que está incorporada a la Constitución Nacional, señala que los Estados tienen la responsabilidad de garantizar el cumplimiento progresivo de los derechos de los niños, dentro de los recursos que tengan disponibles. Esto refleja el reconocimiento estatal de la importancia de actuar en favor de esta población, utilizando todos los recursos disponibles para garantizar sus derechos.

Es fundamental adoptar un enfoque integral que reconozca la conexión entre el desarrollo infantil, el entorno y la promoción de derechos. Al hacer esto, se asegura un futuro más saludable y productivo para los niños, y se avanza hacia una sociedad más justa y equitativa. Invertir en la atención y el cuidado durante la infancia es esencial, ya que estos esfuerzos no solo benefician a los niños en su crecimiento, sino que también tienen un impacto positivo en la comunidad a lo largo del tiempo.

1.2 Datos

Según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), en diciembre de 2020, el porcentaje de pobreza entre niñas, niños y adolescentes en Ecuador alcanzó el 44,8%, lo cual es una cifra que representa un aumento significativo en comparación con el 34,9% registrado en 2019, lo que pone de manifiesto el impacto generado por la pandemia de COVID-19, pues esto generó a su vez pobreza monetaria en el país (OIT y UNICEF, 2022). El evidenciar con datos estadísticos el incremento en la pobreza infantil

hace evidente la realidad que afecta a gran cantidad de niños que viven en hogares pobres y la necesidad de actuar frente a esta situación.

Así mismo en un estudio realizado por 25 organizaciones no gubernamentales (ONG) que trabajan en el ámbito de la infancia resalta que la pobreza genera consecuencias alarmantes en la vida de los niños ecuatorianos entre estas consecuencias se encuentran la desnutrición, la falta de acceso a la educación y cuidados de salud inadecuados, lo que limita sus oportunidades de desarrollo y restringe sus proyectos de vida a futuro (Ecuavisa, 2023). Esta situación por la que pasan gran cantidad de niños se traduce en barreras significativas que impiden el desarrollo integral de la infancia, comprometiendo su bienestar físico, emocional y social.

Además, las proyecciones poblacionales, basadas en el informe World Population Prospects 2019 de la Organización de las Naciones Unidas, indican que la pobreza infantil en Ecuador seguirá las tendencias proyectadas para la pobreza extrema en América Latina y el Caribe (OIT y UNICEF, 2022). Esto sugiere que, sin intervención adecuada, la situación podría empeorar en los próximos años, generando un ciclo de pobreza que afecta a las generaciones futuras.

Estos datos subrayan la grave situación de pobreza que enfrentan niñas, niños y adolescentes en Ecuador, especialmente a raíz de la pandemia. A medida que se proyecta la recuperación económica, es crucial que se implementen políticas y programas efectivos que no solo aborden la pobreza infantil, sino que también garanticen los derechos de la infancia. Esto requiere un enfoque integral que busque reducir la pobreza extrema y mejorar el bienestar de los más vulnerables, asegurando que todos los niños tengan acceso a las oportunidades necesarias para un desarrollo saludable y equitativo.

1.3 El deporte como una alternativa de cambio.

Se inicia recurriendo a la necesidad del ser humano frente al deporte, debido a que es esencial la actividad física para mantenerse saludable y poder tener una larga vida, pues el cuerpo humano se ha ido evolucionando gracias a las actividades que han sido necesarias para su

supervivencia. Según la Real academia española (2013), “Actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas”. Si bien es cierto el deporte implica competencia, actividad física y así mismo es importante el cumplimiento de normas, sin embargo, tiene un valor social y emocional como por ejemplo el hecho de trabajar en equipo, la disciplina y compromiso que se adquiere al ser parte de un grupo y un conjunto de valores que enseñan a generar herramientas para mejorar y superar obstáculos.

El deporte, más allá de ser una actividad recreativa, desempeña un papel crucial en el desarrollo integral de los niños, actúa como una forma de juego y diversión que es fundamental para su crecimiento humano; numerosos autores han subrayado la importancia del juego en el desarrollo psicológico infantil, considerándolo un aspecto central en este proceso, aunque cada uno enfoca diferentes funciones del juego, logran coincidir en ciertos aspectos. Vygotsky destaca el juego de ficción, como el juego de roles, como una parte fundamental del desarrollo infantil, ya que permite a los niños realizar actividades imaginativas que aún no pueden hacer en la vida real, Freud, por su parte, ve el juego como una forma en que los niños expresan deseos inconscientes, similar a cómo los adultos lo hacen en los sueños, y cree que es clave para el diagnóstico y tratamiento en la psicología; Piaget, en cambio, conecta diferentes tipos de juego con las etapas del desarrollo cognitivo de los niños, asignando a cada uno un rol específico en su aprendizaje (Linaza, 2013). En este sentido, el juego es considerado una herramienta fundamental en el proceso de desarrollo de los niños, ya que facilita su crecimiento emocional, social y cognitivo, permitiéndoles explorar y comprender mejor su entorno.

Así bien, el entorno en el que se crece y se desarrolla también influye en el hecho de iniciar a practicar un deporte, puesto a que en un estudio realizado con 476 niños y niñas de entre dos y seis años, se identificaron diversos factores que influyen en el comportamiento sedentario y la práctica de actividad física, los resultados arrojados por este estudio manifiesta que los factores ambientales, como la seguridad en la zona de residencia y el acceso a espacios adecuados para realizar actividades, tienen una influencia significativa en los niveles de sedentarismo, por otro lado, características personales como la autorregulación y el temperamento fueron consideradas factores que favorecen la participación en actividades físicas (Schmutz et al.2017). Por lo que es relevante el implementar el deporte en aquellos lugares que pueden ser más vulnerables y el no tener el acceso adecuado implica una desventaja.

En la actualidad, el interés por la práctica deportiva ha disminuido notablemente en la sociedad, pues anteriormente era habitual ver a los niños participando en juegos tanto colectivos como individuales, en los que podían interactuar físicamente y desarrollar habilidades sociales; sin embargo, el auge del uso de dispositivos electrónicos, como teléfonos, computadoras y consolas, ha reducido considerablemente la cantidad de tiempo que los niños dedican a actividades al aire libre y se dejan a un lado los beneficios. La práctica regular de actividad física aporta diversos beneficios para el bienestar general, tales como un mejor rendimiento académico, mayor confianza en sí mismo, estabilidad emocional, y una mejor memoria, además, permite afrontar las situaciones cotidianas de manera más efectiva, de esta manera, la calidad de vida también se ve mejorada con la actividad recreativa o deportiva, ya que contribuye a reducir los niveles de estrés, un problema que afecta tanto a la población estudiantil como a los adultos (Liévano, 2022). Así se identifica que la falta de actividad física puede incurrir en enfermedades psicológicas en todas las edades.

Por lo tanto, fomentar la participación de los niños en actividades deportivas puede ser un cambio significativo en sus vidas, promoviendo no solo su salud física, sino también su bienestar emocional y social. A través del deporte, los niños pueden desarrollar habilidades esenciales, como el trabajo en equipo, la disciplina y la resiliencia, que son fundamentales para su futuro. En resumen, el deporte puede ser un catalizador de cambio, mejorando la calidad de vida de los niños y brindándoles herramientas para enfrentar los desafíos de la vida.

Realidades que enfrentan los niños

Debido a la crisis financiera a la que se ha enfrentado Ecuador y a la dolarización es posible manifestar que atravesó un aumento en la pobreza, lo cual afectó la vida y el desarrollo humano, donde los niños y los jóvenes son los más afectados; en Ecuador se han calculado cifras grandes de ingresos tempranos de jóvenes al trabajo, con frecuencia abandonan el estudio e inician su vida laboral, así mismo el consumo de drogas entre jóvenes de 12 a 17 años es del 6%, la capital de Quito cuenta con 11%, Guayaquil 5% y Cuenca 4%, además el porcentaje de muertes por agresión resulta en un 4,4%, cifras que no dejan de ser preocupantes para la población en general (López, 2005). Muchos de los jóvenes que pasan por situaciones en donde en ocasiones se ven vulnerados sus derechos eligen caminos inadecuados en donde se ven afectados ellos mismos y quienes los rodean, pero al no tener estrategias ni herramientas para reconocer mejores oportunidades, eligen aquellas a las que se han acostumbrado, o aquellas que les enseñan el medio en el que viven.

Desde edades muy tempranas estos niños empiezan a hacer parte de pandillas las cuales se conforman entre 20 y 30 integrantes de diferentes edades, siendo algunas de las motivaciones el hecho de pertenecer a estos grupos la carencia de afecto, falta de comunicación con sus familiares, poca escolarización, necesidad de identificación, desconfianza de los adultos,

ausencia de socialización, trabajos prematuros, desconfianza en las autoridades, permanecía en las calles, con uso de drogas (López, 2005). Son muchas las motivaciones que se pueden evidenciar teniendo en cuenta el contexto en el que se desarrollan, es importante tener en cuenta que estas pandillas se conforman con niños y jóvenes de diferentes edades en donde los mayores enseñan desde sus vivencias a quienes apenas están iniciando.

Es posible generar alternativas de cambio, es posible centrarse en soluciones, pues son niños que aprenden y el hecho de que se muestren figuras que hacen parte de grupos de cambio, empezaran a seguirlos, pues la teoría del aprendizaje observacional de Albert Bandura sostiene que tanto niños como adultos aprenden conductas y actitudes al observar su entorno, sin necesidad de que estas acciones sean reforzadas, los seres humanos tienen la capacidad de imitar diversos comportamientos que observan a su alrededor (Jara, M. et al., 2016). Por lo tanto, el aprendizaje de los niños se fundamenta y se logra principalmente en la observación de las acciones y comportamientos de las personas que los rodean, en este sentido, el entorno juega un papel crucial, ya que es el contexto donde se gestan y refuerzan las conductas que los niños imitarán, es necesario hacer énfasis en la influencia que tiene este entorno, especialmente a largo plazo, ya que un ambiente positivo y enriquecedor contribuye al desarrollo de habilidades y valores esenciales; Además, la participación activa de las familias es fundamental en este proceso, ya que su apoyo y compromiso en programas puede marcar la diferencia en el éxito de los niños.

Es una realidad que varias fundaciones, programas e instituciones luchan por realizar cambios que mejoren la vida de los niños, de manera que trabajan por su bienestar, reconocen la importancia de que se integren a diferentes programas desde temprana edad, puesto a que es cuando más se pueden generar herramientas para actuar frente a un mejor futuro. Uno de los programas que se ha destacado por ayudar a niños y niñas de comunidades vulnerables ha

sido el programa futbol de corazón, es una idea que ha combinado el deporte, la educación nutricional y talleres para los niños, la metodología del futbol tiene sus propias reglas, son equipos mixtos y gana quien tenga más corazones, es decir los corazones representan en función a los valores que se han acordado antes de iniciar el juego, entre ellos se puede encontrar el respeto, la tolerancia, solidaridad y honestidad; así mismo se trabaja por llevar la metodología del futbol al sistema educativo (Banco mundial, 2014). El hecho de que se trabaje en conjunto con instituciones educativas seria generar grandes oportunidades, que esta idea sea tomada como una actividad extracurricular en donde los niños y niñas aprendan jugando, se integren con sus pares y se realicen los ajustes acordes para cada niño, pues hoy en las instituciones se habla de ajustes curriculares y planes individuales para aquellos niños que presentan alguna discapacidad ya sea a nivel físico o a nivel cognitivo y de esta manera se logra integrar en todas las actividades, así mismo debe ser llevada a cabo el deporte, realizar los ajustes necesarios para que cualquiera aprenda y se destaque aportando las herramientas adecuadas para dejar a un lado las diferencias.

Ante las situaciones que pueden atravesar los niños de bajos recursos se encuentra un ejemplo evidente en Zacatecoluca uno de los municipios más violentos de el salvador, los índices de criminalidad es uno de los problemas evidentes a los que se enfrentan los habitantes, por lo tanto frente a los cambios propuestos para estos jóvenes se reforzó el equipo de futbol para prevenir la violencia, de manera que mejoraron las instalaciones y se construyó una cancha en donde se forjan valores como el respeto y la solidaridad hacia el otro (Banco mundial, 2014). Es así como el fútbol es una realidad en donde los niños tienen una actividad para divertirse y para aprender, en el proceso de entrenamiento no únicamente se les enseña a ganar, si no a ser conscientes de que el perder también tiene un significado y siempre habrá más oportunidades para ser mejores, se les brinda herramientas para que en

caso de no llegar a la cima con el deporte puedan lograr ejercer una carrera que sea de su interés y sean exitosos en aquello que deseen.

2 CAPÍTULO II

2.1 La nueva economía del fútbol

Para iniciar el fútbol ha dejado de ser simplemente un deporte para convertirse en un fenómeno global con un impacto significativo en la economía y la sociedad, su éxito económico se basa principalmente en tres pilares los cuales son la taquilla, los patrocinios y los derechos televisivos, así también la asistencia a los estadios sigue siendo un indicador clave, aunque es la globalización del fútbol lo que ha potenciado su expansión, con el apoyo de acuerdos comerciales cada vez más complejos. Los patrocinios han evolucionado, y actualmente países y fondos de inversión utilizan el fútbol para mejorar su imagen y diversificar sus economías, como es el caso de naciones en Oriente Medio y África, asimismo, los derechos televisivos han adquirido una relevancia crucial en la generación de ingresos, aunque la creciente competencia y la piratería digital presentan nuevos desafíos, de manera que el fútbol se ha convertido en una herramienta de poder, utilizada por varios países para proyectar una imagen de modernidad y fortalecer su influencia internacional (Thinking Heads, 2024). Si bien el fútbol tiene un enorme potencial económico, es crucial que se mantenga un enfoque ético que asegure su impacto positivo no sólo en términos financieros, sino también en su capacidad para promover valores sociales y culturales a nivel global.

2.2 El fútbol como promotor de habilidades sociales

La realidad a la que se enfrentan niños de bajos recursos implica desigualdad, exclusión, respuestas negativas y de conflictos, que como se había comentado en el capítulo anterior son evidentes y pueden generar respuestas negativas al enfrentarse a una situación de la cual no poseen las

herramientas para enfrentarla, y la manera de luchar contra estas situaciones es generando habilidades para la vida; hoy en día la mayoría de personas reconocen lo que es el fútbol y cada uno tiene su propia perspectiva al respecto, para algunos puede ser una manera de mejorar su vida económica al ser exitoso en este deporte, para otros puede ser entretenimiento y salud (UNICEF, 2004). Es un hecho que se reconoce la importancia a nivel social del mismo, así como es conocido el interés que el hombre ha presentado por este deporte desde sus inicios, lo que ha generado la evolución ante el mismo.

Como tal, el concepto de deporte engloba diversas actividades físicas que contribuyen al bienestar físico, social y mental, además de promover la interacción social, dentro de estas actividades se incluyen el juego, la recreación y los deportes o juegos autóctonos (UNICEF, 2004). Lo cual ayuda a crear lazos entre individuos de diversas comunidades y favorece la inclusión, ya que integra actividades como el juego, la recreación y los deportes tradicionales, fortaleciendo la integración de diferentes culturas y se mejora la convivencia social.

Es importante mencionar que el desarrollo de habilidades sociales sobre todo en la población con la cual se desea trabajar es fundamental puesto a que se encuentran expuestos a situaciones vulnerables y en la mayoría de los casos no posee suficientes valores, ya que estos no son promovidos por su familia o por el medio en el que se desarrollan, teniendo en cuenta esta problemática es importante resaltar que una manera de mejorar la situación es a través del deporte, pues el deporte ha sido considerado un medio clave para fomentar valores de desarrollo personal y social, tales como el esfuerzo, la integración, el respeto, la tolerancia, el cumplimiento de reglas, la perseverancia, el trabajo en equipo, la autodisciplina, la responsabilidad, la honestidad, entre otros, (Niega Bravo Cuero & Escobar Riascos, 2020).

Estos valores son esenciales para el crecimiento integral de los niños y para poseer herramientas para convivir en sociedad y se pueden adquirir a través del deporte, con el apoyo y la orientación de profesores, entrenadores y familiares, quienes, promueven a que estos valores contribuyan a un desarrollo físico, intelectual y social completo.

Por lo tanto, la práctica deportiva del fútbol al ser guiada y orientada adecuadamente permite generar valores sociales, pues en este deporte es de gran importancia jugar en equipo, para que se logre una meta en común que es ganarle al equipo rival, es necesario que todos trabajen y coordinen sus movimientos; el componente social está relacionado con las estrategias enfocadas en la resolución de conflictos, mediante las cuales los participantes adquieren habilidades para resolver sus disputas de manera apropiada, se destaca que herramientas como la mediación, negociación, concertación y arbitraje son esenciales para la resolución de conflictos en diversos contextos sociales (Herrera, 2018). De esta manera se adquieren habilidades para generar comunicación los cuales no solo se aprenden para el juego, si no se generalizaron en diferentes contextos.

Ante lo expuesto la importancia de una comunicación asertiva se observa desde la primera integración en cualquier deporte y más aún al hablar de las reglas del juego implica convivencia y acuerdos, como expresa Piaget el juego con reglas, como lo es el fútbol, tiene una relación importante con otros tipos de juegos, como el simbólico o motriz, el juegos ofrece un equilibrio entre la satisfacción personal que siente el jugador al ganar y la necesidad de seguir las normas del juego, lo que hace que el triunfo sea aceptado socialmente y tenga sentido dentro del contexto de la convivencia (Castorina, 1995). Al seguir reglas, aprenden sobre el respeto mutuo, la justicia y cómo gestionar tanto el triunfo como la derrota, lo cual es clave para su integración social y su crecimiento emocional.

2.3 El fútbol y el desarrollo cognitivo

Las funciones cognitivas son esenciales para realizar cualquier actividad diaria, ya que sin ellas no podríamos procesar información, resolver problemas o interactuar con el entorno de manera efectiva. Desde el momento en que nacemos, estas funciones comienzan a desarrollarse y se fortalecen a lo largo de las distintas etapas de la vida. Según el psicólogo Jean Piaget, el desarrollo cognitivo se lleva a cabo a través de una serie de etapas o períodos que marcan avances específicos en los procesos mentales, el primer periodo es el estadio sensorio-motor, que abarca desde el nacimiento hasta los dos años, en esta etapa, el niño utiliza sus sentidos y habilidades motrices para explorar y comprender el mundo que lo rodea, el siguiente estadio es el preoperatorio, que se extiende desde los dos hasta los siete años, en esta fase, se desarrollan su capacidad para realizar acciones mentales, como el juego simbólico, que permite representar ideas y situaciones, también surgen procesos como el egocentrismo, el animismo y la reversibilidad (Velázquez, 2014). De esta forma en la segunda etapa es posible realizar representaciones mentales sin que esté presente como tal el objeto, la capacidad para realizar análisis y tomar decisiones frente al juego.

A medida que se va creciendo Piaget expresa que se continúa con el estadio de operaciones concretas, que se desarrolla entre los siete y los once años, durante este periodo, los niños comienzan a aplicar operaciones lógicas para resolver problemas, a generalizar conceptos y a reconocer y comprender símbolos de manera más precisa; finalmente, el estadio de operaciones formales, que abarca desde los doce años en adelante, es cuando el pensamiento abstracto se refuerza y los adolescentes son capaces de realizar razonamientos complejos y elaborar hipótesis (Velázquez, 2014). De esta manera, a lo largo de cada una de estas etapas, las funciones cognitivas se van reforzando y permiten al ser humano afrontar desafíos cada vez más complejos en su vida cotidiana.

En las etapas mencionadas está presente el juego y la importancia del acompañamiento de quienes rodean al menor, es decir es importante que el juego o las

actividades realizadas sean observadas y mejor aún guiadas, de esta manera dentro del fútbol, se debe involucrar la comprensión de las reglas por parte de un guía, pues esto favorece el desarrollo cognitivo de los niños, activando procesos mentales similares a los que se aplican en el contexto académico; aunque muchas veces se considera que aprender las reglas del fútbol no tiene relación con el desarrollo intelectual, en realidad, este deporte estimula habilidades lógicas y matemáticas, por ejemplo, los niños deben entender situaciones complejas, como distinguir cuándo una falta del arquero ocurre dentro o fuera del área, lo que implica el uso de la lógica para clasificar y organizar diferentes escenarios (Castorina, 1995). De esta manera queda claro que desde el inicio del juego se están usando no únicamente las habilidades motrices sino también los procesos cognitivos.

A medida que se van adquiriendo más habilidades en el día a día, se logra manejar conceptos más abstractos, como la combinación de diferentes categorías (por ejemplo, arqueros, jugadores y lugares) para aplicar las reglas del juego, este tipo de razonamiento, que implica organizar y superponer clases de elementos, es clave para el desarrollo de habilidades cognitivas más complejas, como la resolución de problemas y la toma de decisiones (Castorina, 1995). Así, el fútbol promueve también la formación de estructuras cognitivas que ayudan a los niños a entender la lógica subyacente en las reglas del juego.

2.4 Deporte como inclusión social

El deporte, en particular el fútbol, ha demostrado ser una herramienta transformadora capaz de contrarrestar estas condiciones, a través de la disciplina, el trabajo en equipo y el compromiso inherentes a la práctica deportiva, se promueve el aprendizaje de habilidades esenciales que les permiten a los jóvenes construir un futuro diferente, en países como Colombia, el fútbol ha sido utilizado exitosamente como un mecanismo de integración social, ayudando a los jóvenes a distanciarse de ambientes de violencia y delincuencia, ofreciendo en su lugar un espacio para el crecimiento personal y la convivencia positiva (Lopez, 2005).

El uso del deporte como herramienta no solo para integrar, sino para incluir a todos, debe ser fundamental y aplicarse en diversos contextos. Mientras que la integración implica crear espacios diferenciados para cada grupo, la inclusión busca asegurar que todos puedan participar en igualdad de condiciones. En este sentido, la inclusión social dentro del ámbito educativo ha avanzado significativamente gracias al Decreto 1421 de 2017, que establece directrices para garantizar la participación plena de los estudiantes con discapacidad en todas las actividades escolares, incluidas las recreativas. Este decreto resalta la importancia de asegurar que todos los estudiantes, sin importar su condición, sean incluidos en las actividades de esparcimiento, promoviendo un entorno accesible y equitativo (Ministerio de Educación Nacional, 2017). De este modo, el decreto actúa como un ejemplo clave de inclusión, demostrando la necesidad de generar cambios en los espacios educativos para que todos los estudiantes puedan aprender y disfrutar por igual.

El Decreto 1421 ha logrado fomentar la integración al adaptar los entornos de aprendizaje y proporcionar los apoyos necesarios, como recursos educativos adecuados y metodologías inclusivas. Asimismo, establece medidas para crear una cultura educativa que valore la diversidad y promueva la igualdad de oportunidades para los estudiantes con discapacidad (República de Colombia, 2017). La inclusión en diferentes entornos es posible, pero para lograrla es necesario involucrar a padres de familia, educadores, y estudiantes, manteniendo los recursos adecuados para respaldar estas iniciativas.

Por lo tanto, el deporte, en particular, tiene un gran potencial en la inclusión social, especialmente porque es una actividad de interés general que impacta positivamente en la mayoría de las personas. El deporte inclusivo se adapta a las necesidades de los participantes, permitiendo que la competencia no sea la única modalidad, sino que también se ofrecen actividades recreativas y lúdicas. A través del deporte, no solo se desarrollan habilidades físicas, sino que también se promueven experiencias sociales y culturales que fortalecen la

Autoestima de los individuos (Domínguez, 2018). Además, el deporte se convierte en un espacio para establecer relaciones de amistad, aprender a resolver conflictos, negociar, y desarrollar habilidades clave como el liderazgo y la confianza en uno mismo.

Como señalan Díaz y Franco (2010), el profesor tiene un papel fundamental en la influencia sobre el alumnado, siendo responsable de transmitir valores y generar contextos que favorezcan la interacción entre estudiantes con y sin diversidad funcional, asegurando que dichas interacciones sean apropiadas y beneficiosas para todos. Este enfoque no solo favorece la inclusión, sino que también contribuye al desarrollo de habilidades sociales y emocionales esenciales para una convivencia armónica y equitativa.

El juego y el deporte, más allá de ser actividades recreativas, son plataformas educativas y transformadoras que impactan significativamente en el aprendizaje, la socialización y el fortalecimiento de valores esenciales. Los programas deportivos en comunidades vulnerables pueden romper el ciclo de pobreza al ofrecer a los jóvenes un propósito y objetivos claros, fomentar la disciplina y la responsabilidad mediante la regularidad de los entrenamientos, y promover la inclusión y la convivencia social al unir a personas de diferentes contextos, favoreciendo la interacción respetuosa y la creación de lazos (Lopez, 2005). Estos programas no solo tienen el potencial de cambiar vidas, sino también de contribuir al desarrollo de una sociedad más equitativa y cohesionada.

3 Capítulo III

3.1 Comunicación y deporte

Para comprender cómo la comunicación puede potenciar el deporte, es esencial que se cometen ciertos puntos importantes de la comunicación; como es de saberlo la comunicación

es una forma de expresar sentimientos, emociones, así como también sirve para establecer relaciones; desde que se nace se llevan a cabo la comunicación de manera no verbal, con el contacto visual, gestos como la sonrisa, el llanto, entre otros, y a medida que se crece se van adquiriendo habilidades lingüísticas. Las habilidades de comunicación a través del movimiento se reflejan en la vida social, y la psicología genética ha demostrado la relevancia de esta forma de comunicación en los niños, especialmente en la etapa preoperativa, cuando intentan expresar y transmitir sus pensamientos y emociones (Luiz,2019). Esta forma de comunicarse permite que los niños se conecten con lo que los rodea, aprendan y expresen sus emociones, es admirable cómo se logra una comunicación mediante las expresiones o movimientos para expresar lo que aún no se puede verbalizar.

La comunicación y el ser humano han evolucionado por la necesidad de adaptación y la supervivencia; la comunicación es tan antigua como la humanidad misma y tan esencial como el propio ser humano, de manera que, si existiera un enfoque basado en la escucha respetuosa y tolerante, muchos conflictos y problemas se resolvieron de manera más democrática, permitiendo la expresión sincera y clara de los intereses y sentimientos de ambas partes (Gómez, 2016). Es posible inferir la importancia que tiene la comunicación en la sociedad, como esta sirve para expresar las ideas, sin embargo, el hecho de tener una comunicación no implica que sea posible en todos los casos resolver conflictos, pues no todos poseen comunicación asertiva, en algunas situaciones se poseen dificultades para expresar mejor los pensamientos puesto a que influyen las emociones, llegando a ser impulsivos.

Para que se produzca la comunicación asertiva, que es aquella que se usa correctamente evitando desacuerdos, es necesario un proceso adecuado de escucha. En todo proceso comunicativo intervienen varios elementos indispensables que hacen posible este intercambio complejo, no basta con hablar, es necesario ir más allá de la superficie; la

comunicación no solo se trata de transmitir información, sino de compartir ideas, opiniones, emociones y sentimientos tanto del emisor como del receptor; para que haya una verdadera comunicación, debe existir un intercambio mutuo (Gómez, 2016). Por lo que el saber conversar se relaciona con el saber escuchar, teniendo como resultado un ser social.

La comunicación debe ser clara y precisa para que no se presenten conflictos, para que el mensaje sea entendido adecuadamente, dentro de las características de la comunicación deportiva es posible encontrar al emisor y el receptor, con la función de que un mensaje sea emitido y recibido; el proceso debe ser dinámico ya que el emisor cambia constantemente pasando a ser receptor; es un proceso fundamental para todos los deportista pues beneficia a la organización deportiva y social; la comunicación es continua e inevitable, esta ocurre en diferentes niveles e intensidades (Méndez, 2021). El uso adecuado de las características permite establecer conexiones y generar vínculos en diferentes contextos.

Ahora bien, la comunicación en el deporte abarca todos los procesos enfocados en la transmisión de información deportiva, comenzando con un emisor y llegando a un receptor; se refiere tanto a la comunicación en tiempo real como a la que se realiza de manera diferida; La comunicación deportiva es un proceso complejo en el que se intercambian datos, lo cual puede ocurrir a través del habla, gestos o acciones, este intercambio genera una influencia mutua, estableciendo una conexión significativa entre las partes; si bien la comunicación entre personas que se conocen desde hace años puede ser más sencilla, la interacción en el ámbito deportivo puede ser igualmente o incluso más compleja, debido a las diversas variables que intervienen en ella (Méndez, 2021). Por lo tanto, la comunicación en el deporte es esencial y compleja, pues depende de gestos, acciones y señales no verbales, a pesar de que lleven mucho tiempo compartiendo, puede haber dificultades para interpretar la

información, en ella puede influir el contexto y la rapidez con la que se debe enviar y recibir el mensaje para actuar.

Otro punto a resaltar en la comunicación en el deporte es el papel que tiene el entrenador en el equipo, es tan importante que puede influir en una ganancia o pérdida de un campeonato, pues es el guía, es quien dirige, quien organiza y quien reconoce las estrategias del juego; dentro de las formas en las que un entrenador debe transmitir un mensaje, es importante la claridad, cuanto más detallado es el mensaje mejor se entenderá; la palabra menos es más debe tenerse en cuenta pues los mensajes deben ser breves; las instrucciones dadas a los jugadores deben ser positivas, ya que la negación es más compleja para el cerebro; el entrenador comunica lo que debe hacerse, en lugar de lo que no se debe hacer, ya que esto reduce el riesgo de cometer el error por pensar en lo prohibido (Pelaez, 2024). La buena comunicación entre el entrenador y los jugadores genera un ambiente positivo, puede lograr que su equipo se esfuerce y siga toda la misma estrategia.

Se resalta que el entrenador o guía de un deporte no solo debe ser cuidadoso con sus palabras, sino también con sus expresiones corporales. La comunicación no verbal es fundamental y varía según el deporte, como se puede ver en los gestos, señales y códigos que utilizan entrenadores y atletas, así como entre los propios deportistas, sin embargo, a diferencia de la comunicación verbal, no existen normas específicas para este tipo de interacción; algunas expresiones como un movimiento negativo de cabeza pueden influir en el rendimiento de los atletas (Luiz, 2019). De manera que un gesto positivo puede generar motivación en el deportista y que rinda mejor en el juego y de lo contrario una expresión negativa puede causar tensión y generar un mal rendimiento.

Ante lo planteado anteriormente es posible comentar que la comunicación que mantienen tanto los jugadores como el entrenador en el equipo cumple un rol importante; tan

importante que puede llegar a generar grandes cambios pues en un estudio realizado en donde se intervino en la manera en la que un entrenador se dirige a su equipo demuestra que no únicamente puede mejorar la confianza, sino también el aprendizaje, la autosuficiencia y las relaciones, en el estudio se muestra que cuando los entrenadores explican la relevancia de las actividades, hacen preguntas o promueven la participación de los atletas, se cubre la necesidad de competencia, lo que a su vez predice la motivación autónoma, la cual influye en la autoconfianza (Vives-Ribó y Rabassa, 2020). Genera más allá de habilidades que se usan en el juego, es decir, genera habilidades que se usan para la vida, y que, si bien en el deporte no se genera el éxito deseado, pueden con facilidad generar cambios y buscar otras alternativas.

Se entiende que las técnicas en las que se debe transmitir un mensaje, pues no solo basta con las características o las personas que se encuentren en el contexto, sino también la manera en que se comunica un mensaje, ya que es tan relevante como lo que se dice, especialmente en la niñez y adolescencia, al brindar retroalimentación o corregir errores, es fundamental utilizar estrategias asertivas; una de las técnicas más efectivas para dar opiniones y correcciones se basa en tres pasos, primero, se inicia con un comentario positivo resaltando lo que se hizo bien; luego, se realiza la corrección de manera objetiva y neutral, centrándose en lo que se debe mejorar sin hacer énfasis en lo negativo; y finalmente, se concluye con un mensaje motivador que impulse al individuo a seguir mejorando (Pelaez, 2024). De esta manera combina el refuerzo positivo con la corrección constructiva, evitando mensajes que puedan generar sentimientos de rechazo y al centrarse de manera neutra en las correcciones genera aprendizajes generales.

3.2 Promoción deportiva desde la mirada de la comunicación

En la actualidad los medios de comunicación están presentes en la mayoría de las acciones de las personas, deseando influir en las decisiones que se toman al momento de comprar, vender y así mismo ayudando a que las personas se encuentren informados en todo lo que sucede a su alrededor, por lo tanto al comunicar sobre el deporte es fundamental hablar sobre la comunicación y promoción que se realiza en los medios, pues en ocasiones se tiene la idea errónea de que es un proceso sencillo, pero como cualquier trabajo involucra gran cantidad de acciones y la colaboración de muchas personas para que funcione de manera efectiva.

La relación entre los medios de comunicación y el deporte ha evolucionado significativamente, convirtiéndose en un fenómeno que impacta tanto a nivel cultural como económico. La relación entre los medios de comunicación y el deporte ha transformado profundamente el panorama global, los medios han convertido los eventos deportivos en espectáculos de gran escala, mientras que los deportes ofrecen contenidos atractivos que generan ingresos mediante la publicidad y los derechos de transmisión, los avances tecnológicos han mejorado esta conexión, permitiendo una cobertura global en tiempo real y de alta calidad; no obstante, esta relación ha suscitado preocupaciones sobre cómo la comercialización afecta la esencia del deporte y el equilibrio entre el espectáculo y la competición (Real, 1990). De manera que el deporte se ha convertido en un espectáculo global, en el cual se ha generado grandes ingresos sin embargo si se puede poner a duda el equilibrio entre el espectáculo y la verdadera competición.

La industria deportiva se ha convertido en un imán para los anunciantes, de manera que eventos de talla mundial se han transformado en medios para realizar publicidad, se identifica que empresas reconocidas invierten grandes sumas de dinero por unos pocos segundos de exposición; esta tendencia es vista en muchos países, se aprovecha la capacidad

de los eventos deportivos para captar la atención de millones de espectadores (Real, 1990). Por lo que se convierte en una plataforma de marketing promocionando productos.

Ante esto, el vínculo entre los medios y los deportes ha creado un flujo de gran cantidad de millones de dólares cada año, principalmente provenientes de los patrocinadores comerciales que compran espacio publicitario en la televisión, este dinero se destina directamente a las franquicias deportivas, lo que genera grandes ganancias para los propietarios de los equipos, salarios elevados para los jugadores profesionales e incluso incentivos comerciales para los atletas amateurs (Real, 1990). Tanto el deporte como las marcas se benefician de la gran cantidad de personas que asisten a estos eventos, lo que ayuda a que grandes empresas invierten mucho dinero para aumentar la visibilidad en sus marcas, los patrocinios en el deporte son beneficiosos para ambas partes, ya que los equipos, eventos y atletas reciben apoyo financiero, mientras que las marcas patrocinadoras ganan visibilidad, y la oportunidad de conectar con su audiencia a través de los valores que representa el deporte; es muy visto que las empresas destacados se asocian con atletas, aprovechando su poder de atracción para aumentar sus ventas y fortalecer su presencia en el mercado, con el objetivo de lograr un crecimiento significativo.

Los fondos generados por los derechos televisivos de los Juegos Olímpicos cubren de manera integral los gastos operativos del Comité Olímpico Internacional y de las federaciones internacionales encargadas de los diferentes deportes, una parte de estos recursos se asignan a las organizaciones deportivas nacionales y a los atletas, por otro lado, el patrocinio oficial de eventos y equipos deportivos ha experimentado un notable aumento debido a su gran potencial publicitario (Real, 1990). La relación entre el deporte y las marcas patrocinadoras ha crecido enormemente, mostrando el valor que el deporte tiene como plataforma publicitaria y su capacidad para generar grandes beneficios económicos.

La manera en que los medios de comunicación aportan al deporte puede verse reflejada en diferentes metas, como por ejemplo promocionar un servicio deportivo, desarrollar una página web, atraer a la comunidad hacia el instituto o liga deportiva, aumentar la cantidad de personas que asisten al gimnasio, fomentar la inscripción de niños en academias deportivas, sumar participantes en programas para la tercera edad, asegurar una buena asistencia de público en los eventos deportivos de fin de semana, atraer nuevos patrocinadores y generar cobertura en medios como periódicos, radio y televisión sobre los atletas de la organización (Zapata, 2010). Se identifica la importancia de plantear correctamente estrategias tanto a corto como a largo plazo para conectar al público y lograr metas claves.

Los eventos deportivos tienden a ser de los temas más comentados en una conversación, llegando a ser una vivencia cultural, y es claro que los medios de comunicación han participado constantemente para que esto sea logrado. El deporte cada vez atiende más demandas de la sociedad, como el ocio, la educación, la salud y el espectáculo, lo que lo ha transformado en un sector económico de gran relevancia y ha impulsado su profesionalización, en este contexto, la comunicación se vuelve crucial para las organizaciones deportivas, que deben emplear de manera efectiva las herramientas comunicativas para dirigir la información hacia el logro de sus metas estratégicas (Ballesteros, 2014). Es evidente que, así como el ser humano evoluciona, sus gustos siendo el deporte uno de los más destacados ha evolucionado y llegado a convertirse en un sector económico clave.

La comunicación externa tiene como objetivo principal mejorar la imagen y promover las marcas de la empresa, lo que abarca áreas como la publicidad, promoción, marketing, gestión de la web y la comunicación interna mediante medios, sin olvidar el aspecto

comercial de la comunicación (Méndez, 2021). La comunicación externa se encarga de que se conozca al equipo y a que se mantenga mediante el correcto uso de los medios.

En el proceso de comunicación que se involucra en el deporte se puede hablar de dos tipos, una formal y otra informal. Cuando se habla de un departamento de comunicación bien estructurado, generalmente se hace referencia a grandes organizaciones deportivas, que suelen contar con un proceso formal para planificar y gestionar la información dentro de la entidad, en estos casos, la comunicación sigue un enfoque más organizado y planificado, alineado con la estrategia general de la organización, este tipo de comunicación formal permite establecer las necesidades informativas y cómo se manejarán dentro de la estructura de la entidad; por otro lado, los equipos pequeños o medianos tienden a utilizar una comunicación más informal, basada en las experiencias y relaciones cotidianas de los miembros que participan, en este entorno, no siempre se recurre a documentos formales para organizar la comunicación (Méndez, 2021). Mientras que la comunicación informal fluye de manera más espontánea, la formal requiere una planificación detallada y organizada, sin embargo, las dos son esenciales para llevar a cabo en cada caso.

Otro punto a considerar es en relación al léxico deportivo, pues a pesar de que suele ser coloquial, ha enriquecido otros lenguajes. Los medios de comunicación como la prensa, la radio y la televisión dedicados a la información especializada a menudo presentan una gran cantidad de incorrecciones lingüísticas, el lenguaje utilizado en el deporte se compone de expresiones fijas diseñadas para captar la atención del público; algunos estudios han mencionado que este lenguaje puede considerarse una "variación del uso común del idioma", ya que incorpora términos provenientes de diversos campos como la religión, la salud, la épica o la música, así como tecnicismos, es decir, el lenguaje deportivo es técnico, ya que no solo describe los hechos, sino que busca transmitir de forma vívida la emoción de la competencia, reflejando la intensidad de la actuación de los jugadores para el espectador

(Oliva, 2012). Transmite un mensaje cautivando al público, dando su punto de vista, lo que tiende hacer llamativo para quienes participan, desde mi punto de vista el lenguaje que se usa es muy cautivador porque no se basa en solo hablar de hechos, sino de expresar una emoción y que el manifestarlo logre generar lo deseado en las demás personas.

4 Capítulo IV

4.1 Presentación de la campaña

La idea que dio valor a la campaña se basa en la necesidad de generar un impacto positivo en los niños, quienes se encuentran en proceso de desarrollo tanto físico como cognitivo, niños que tienen metas y se esfuerzan por mejorar su calidad de vida, pero en ocasiones su situación económica o el contexto en el que se desarrollan no es adecuado, por lo que se trabaja con niños en situaciones vulnerables, teniendo en cuenta que el fútbol es una herramienta que va más allá del deporte y ha sido de gran ayuda porque a nivel personal me ha ayudado a crecer y a fortalecer mis habilidades, decidí como estudiante de comunicación y relaciones públicas unir mis conocimientos con una causa social que moviliza a la creación de espacios seguros para que los niños puedan aprender, comunicar y crecer.

Mediante entrevistas a entrenadores, psicólogos y medios de comunicación, junto con talleres en donde se realizaron actividades psicosociales, charlas y actividades recreativas, fui construyendo una visión más completa de lo que realmente quería dar a entender con mi idea, de manera que la comunicación no solo se usó como una herramienta para informar, sino también para conectar, sensibilizar y transformar realidades.

Esta campaña representa un ejercicio de aprendizaje tanto personal como profesional, me ha permitido reforzar mis habilidades de redacción, planificación y gestión de contenidos, me he integrado con los niños y niñas, logrando conectar con sus ideas, el valor de compartir tiempo y espacios; En la campaña no solo desarrollé una propuesta visual y comunicativa, sino que también entendí el poder de interacción, de una buena historia, un mensaje claro y estrategias pensando en el bien social.

Se publicaron fotos, videos y anuncios importantes de la campaña mediante Instagram, convirtiendo este canal en un espacio en donde se comparten avances y se invita a la comunidad hacer parte del cambio mediante el compromiso y la voluntad social. Desde el rol de comunicador he asumido retos para traducir la necesidad social en acciones concretas y en mensajes para llegar a las personas, la comunicación ha sido el puente para dar voz a los niños y para generar conciencia desde la empatía y el respeto.

Frente a la pertinencia de mi campaña es importante manifestar que en los sectores trabajados no se cuentan con suficientes espacios seguros para que los niños estimulen sus habilidades sociales ni para que se expresen emocionalmente, identificando la necesidad en la población a trabajar y proponer una respuesta concreta, combinando la investigación, el trabajo de campo y medios digitales.

La campaña se alinea especialmente con el objetivo de desarrollo sostenible ODS 3, salud y bienestar, ya que fomenta la educación de calidad, aportando al desarrollo de habilidades que complementan la formación escolar, refuerza la salud emocional y mental mediante los espacios deportivos y actividades acompañadas y guiadas por profesionales, reforzando procesos de igualdad, de cambio y de continuidad a través de alianzas, talleres y comunidad activa.

El enfoque social de la campaña nace desde la falta de atención o de recursos a quienes deberían intervenir con prioridad si se desean cambios futuros, pues son niños que serán adultos y representaran todo aquello que aprenden, es posible que las políticas públicas cubran ciertas necesidades básicas pero no se debe dejar a un lado aquello que no es observable directamente, la salud mental, en las instituciones educativas o en el hogar se empieza a intervenir cuando se observan comportamientos inadecuados en los niños o niñas, pero porque no hacerlo antes de que esto repercuta en la necesidad de ser vistos o de generar atención por medio de actos negativos; El juego es una forma excelente de que los niños aprendan y exploren el mundo que

les rodea. Les ayuda a desarrollar habilidades de pensamiento crítico, aumenta su creatividad y estimula su imaginación. Educa Qualitas (2023).

Además, se trabajó para que la comunidad también se sintiera parte, de manera que las madres, padres, cuidadores y líderes deportivos fueron involucrados en el proceso, con el objetivo de que lo que se trabaja en la cancha también se trabaje en otros ámbitos, pues el cambio no ocurre solo con acciones aisladas, sino con entornos que se transforman desde lo colectivo, así, se promovieron valores como la empatía, la solidaridad y la cooperación, tanto en los adultos como en los niños.

El componente social está presente en todos los aspectos de las acciones que se han realizado como por ejemplo la manera de dar a entender el contenido, materiales usados para diferente público, el valor social se refleja en la construcción de la comunidad, tratando de generar vínculos a largo plazo, duraderos y estables entre los niños, entrenadores, familiares, voluntarios, psicólogos y medios de comunicación, de esta manera el propósito de la campaña logro conectar realidades distintas y permitió la creación de un tejido fuerte, en donde cada persona aporta de una u otra forma.

Cuando se trabajó en la comunidad directamente se buscó dejar capacidad instalada de manera que los adultos también logren replicar las herramientas aprendidas en cada taller o charla, de esta forma los niños van a sentir acompañamiento, confianza para expresar lo que sienten y la capacidad de escucha, una vez que no se tenga el acompañamiento constante, el compromiso social de este proyecto va más allá de los días en que se llevaron a cabo los talleres.

Lo que realmente da valor a mi campaña es lo que queda, los vínculos creados, los aprendizajes sembrados y la conciencia social que se activa en quienes participan. Porque finalmente, el cambio comienza cuando dejamos de ver a los niños como beneficiarios pasivos y los reconocemos como agentes activos, con derecho a ser escuchados, protegidos y

acompañados en su crecimiento.

4.2 Metodología de investigación

El presente proyecto de investigación es un estudio de tipo cualitativo, el cual es definido como “un proceso inductivo y recurrente que realiza múltiples realidades subjetivas que no tiene una secuencia lineal” (Hernández, 2014, p. 440). Es decir, este proceso conlleva a conocer parte de la vida de los participantes de la investigación relacionado con el fenómeno de estudio, en este caso la relación que se lleva a cabo serían las emociones y el desarrollo cognitivo que desarrollan los niños y niñas respecto al juego en este caso en específico, el fútbol.

Mediante este tipo de enfoque fue posible trabajar con métodos flexibles y humanos, observando la interacción de los niños, realizando análisis de los pensamientos observados en las actividades, sus puntos de vista y las emociones expresadas, en cada actividad se orientaba de la mejor manera para reforzar los objetivos de investigación.

4.3 Revisión teórica

Como sustento teórico en la importancia del juego y el deporte como medios de desarrollo emocional, cognitivo y social, según UNICEF (2019), el juego permite a los niños explorar, expresarse y construir aprendizajes significativos en un entorno seguro y estimulante. Dando a entender que la actividad física se puede usar como un espacio educativo y terapéutico. En el país el 36 % de los niños vive en hogares en situación de pobreza (UNICEF, 2023), lo que implica una serie de restricciones emocionales, escolares y sociales. La falta de oportunidades para expresarse y crecer en entornos seguros fue una base real y urgente para construir esta propuesta desde el campo de la comunicación y el desarrollo humano, tomando como base las historias de cambio y los avances positivos que se han realizado en otros países con programas muy similares.

La comunicación con propósito social, plantea que los mensajes deben tener un impacto

más allá de lo informativo, pues deben sensibilizar y generar vínculos, es una estrategia que ha sido identificada en las acciones de cuidado y protección a la salud de las personas (Prieto-Rodríguez et al., 2006). Teniendo en cuenta este principio se usaron medios digitales, testimonios y actividades presenciales como canales que reforzaban la participación y los valores.

4.4 Investigación: tipo y métodos

El alcance establecido para esta investigación es de tipo descriptivo. “En los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, 2014, p. 180).

- Entrevistas semiestructuradas a niños, entrenadores, psicólogos y representantes de medios comunitarios, que sirvieron para recoger experiencias reales y comprender cómo se percibe el fútbol como herramienta de desarrollo desde distintas perspectivas.
- Observación constante durante los talleres psicosociales con niños y niñas, se documentó la interacción, el nivel de participación y los comportamientos grupales y emocionales a lo largo de las actividades.
- Registro de medios digitales, en donde se publicaba lo realizado en las actividades grupales, así mismo se analizó la interacción y respuesta del público en la página de Instagram de la campaña, con el objetivo de que muchas personas se interesaran y apoyaran la misma.

Con el uso de este enfoque metodológico fue posible captar información importante en significados, más allá de lo cuantificable, puesto a que se centró en la experiencia vivida y en el cambio social como proceso.

4.5 Resultados importantes

Durante el tiempo compartido con las diferentes poblaciones que participaron en la

campana, es posible manifestar que entre los hallazgos se destaca que tanto niños como niñas respondieron de forma positiva frente a las actividades realizadas, en donde se combinó el juego con las emociones, capacidades cognitivas y habilidades sociales; en el campo de juego se observó y se dialogó que esta campana logro convertirse en un espacio seguro, mostrando mayor expresión emocional, compañerismo y motivación.

En cuento a los resultados evidenciados en las entrevistas, es claro que los entrenadores coincidieron en que el deporte es una vía efectiva para alejar a los niños de entornos violentos, situaciones inadecuadas vividas en el contexto en el que crecen y se desarrollan, y que mediante esta campana los niños y niñas lograron comprender como el futbol no solo es un distractor para salir de su rutina, si no que la cancha se convierte en un lugar donde pueden ser escuchados y valorados.

La participación de los psicólogos en mi campana fue clave para observar mejoras en las habilidades como el manejo emocional, la confianza y la autoestima, especialmente en niños más retraídos, niños que al principio de las actividades presentaban dificultad para dar su opinión o para participar al final de las dinámicas se observaban felices, con más seguridad para expresar lo que opinan sin el temor a ser juzgados.

Desde las redes sociales, la comunidad que siguió el proyecto en Instagram mostró constante interés por el tema, compartió contenidos y generó interacción, ampliando el alcance del mensaje, escribían desde diferentes partes recalcando el interés que presentaban en la campana y que es un proyecto al cual estaban interesados empezara en su comunidad ya que los niños lo necesitaban, demostrando el interés por participar y por ampliar este proyecto.

En base a estos resultados y a la experiencia personal reafirmo que una campana bien estructurada, con base en la investigación cualitativa y que una comunicación social unida, puede tener un impacto real en la vida de los niños.

4.6 Diseño, planeación y ejecución de la campaña

Nombre de la campaña: Un goal a los sueños

Concepto de la campaña: Esta campaña va más allá de solo de fútbol, se trata de niños que, a través del juego, descubren que pueden confiar, expresarse y sentirse seguros.

Logo:



Mediante este logo se observa la esencia de la campaña, el futbol siendo una herramienta de transformación social y emocional, La figura humana en movimiento desea transmitir vitalidad, energía y acción, el joven de la imagen representa el crecimiento y el impulso de los niños cuando participan en espacios agradables.

Se observa que el jugador se encuentra dentro de una forma curva, lo que se quiere dar a entender con esto es la protección y contención, representando los entornos seguros que la campaña busca generar, así mismo los colores también contribuyeron a dar un mensaje, el color verde oscuro representa la esperanza, el equilibrio emocional, naturaleza y vida; el color blanco en el jugador representa transparencia, inocencia, claridad y nuevas oportunidades, cualidades que están presentes en niños y niñas de 8 a 14 años.

Así mismo el balón no es solo un elemento deportivo, sino el símbolo que da inicio a procesos de aprendizaje, historia, rumbo y cambio a la población base de la investigación.

4.7 Mapa de públicos y aliados estratégicos

4.7.1 *Público principal*

Niños y niñas entre 8 a 14 años en situación de vulnerabilidad, beneficiarios directos de los

talleres psicosociales y deportivos.

4.7.2 *Público secundario*

Familias y cuidadores principales de los niños participantes, quienes se involucraban en la formación emocional y en los entornos de apoyo, esencial para que se refuercen los hábitos aprendidos en casa.

4.7.3 *Aliados técnicos y estratégicos*

Psicólogos y profesionales en salud mental que guiaron los talleres y contribuyeron a reforzar las charlas guiándolas correctamente, así mismo se integraron a los entrenadores deportivos que siempre estuvieron comprometidos con el desarrollo emocional a través del deporte. Las organizaciones como World Visión y Centro del Muchacho Trabajador, también hicieron un aporte importante para que la campaña se diera a conocer.

4.7.4 *Empresas y auspiciantes*

EG Constructora, Bora, Selec Security, PZ Sports, Agua Fénix.

4.7.5 *Medios de comunicación*

Radio Redonda, El Universo, Pomasqui TV, TVS Canal 13, Gala Deportes, El Comercio, gracias a estos participantes se amplió el mensaje de la campaña, dándolo a conocer a muchas personas.

4.7.6 *Comunidad digital*

Seguidores en Instagram, voluntarios y personas sensibilizadas por el contenido de la campaña.

4.8 *Planificación de la campaña*

4.8.1 *Fases de la campaña*

Se inicio con la fase de creación de logo, página en Instagram, visitas y comunicación con la comunidad, observación del entorno, conociendo a la población, dando a conocer la campaña, los objetivos principales y secundarios.

Se continua con la fase de creación de material, mensajes, comunicación con auspiciantes y personas aliadas que participaron apoyando las charlas y talleres.

Ejecución de talleres psicosociales con diferentes poblaciones, realizando inicialmente con niños con la compañía de entrenadores y psicólogos, seguido con familias y comunidad que estaba interesada en conocer sobre la campaña.

Encuentros tanto virtuales como presenciales con medios de comunicación y personas aliadas para dar a conocer lo que ya se estaba realizando, la población específica con la que se trabajaba y los lugares específicos.

Realización de dos eventos masivos, uno en Quito con un total de 50 personas y otro en Mindo con un promedio de 80 a 100 participantes, en donde se pudo observar gran colaboración y apoyo frente a la campaña, ideas e interés por contribuir a que continúe este proyecto que incentiva a los niños a ser mejores cada día, realizando lo que les apasiona.

4.9 Matriz de objetivos

4.9.1 *Objetivo general*

Utilizar el fútbol como una herramienta psicosocial para el desarrollo de niños y niñas en situación de vulnerabilidad, generando conciencia a través de la comunicación.

4.9.2 *Objetivos específicos*

-Crear espacios seguros para niños y niñas de 9 a 14 años de edad, aumentando la expresión emocional a través del deporte.

-Visibilizar la problemática infantil desde un enfoque comunicativo, integrando distintos medios que apoyen la campaña.

-Involucrar actores clave como psicólogos, entrenadores y medios en la campaña, obteniendo un valor agregado para el desarrollo correcto de los niños.

4.10 Estrategias

-Se realizaron talleres deportivos en donde se relacionaba la importancia del deporte con

las emociones.

-Estrategias de comunicación basado en usar redes y medios de comunicación para promover y visibilizar historias, esta estratégica también se convierte en narrativa al construir relatos vividos para conectar con el público, mediante la realización de charlas.

-Estrategias participativas involucrando no solo a niños sino también a sus familias y a aliados estratégicos.

4.11 Planificación digital de la campaña

Semana	Objetivo	Publicaciones	Interacción
Semana 1: Lanzamiento y Concienciación	Presentar la campaña y sensibilizar sobre la problemática.	 Video corto explicando el propósito de la campaña.  Post con estadísticas sobre la falta de acceso al deporte en comunidades vulnerables.  Testimonio de un niño beneficiado por el fútbol.	 Hashtags: #FútbolParaLaVida #DeporteTransforma #InclusiónDeportiva
Semana 2: Historias de Impacto y Llamado a la Acción	Mostrar casos reales y motivar el apoyo.	 Video de un entrenador comunitario explicando el impacto del fútbol.  Entrevista en vivo con un beneficiario o líder del proyecto.  Post con llamada a la acción para que colegios y empresas se sumen.	 Encuesta sobre la importancia del deporte en la infancia.
Semana 3: Involucramiento de Aliados y Auspiciantes	Atraer el interés de empresas y organizaciones.	 Anuncio de aliados estratégicos que ya se han sumado.  Historias de Instagram destacando a empresas colaboradoras.  Video sobre cómo las personas pueden ayudar (donaciones, voluntariado, patrocinio).	 Preguntas y respuestas sobre cómo apoyar la campaña.
Semana 4: Eventos y Resultados Parciales	Mostrar el impacto inicial de la campaña.	 Resumen en video de los eventos realizados.  Comparación de "antes y después" en comunidades beneficiadas.  Post con testimonios de padres y entrenadores.	 Convocatoria a más eventos y participación en redes.

4.11.1 Objetivo digital

Generar la mayor visibilidad posible en espacios estratégicos, con un enfoque en medios deportivos, sociales y comunitarios.

4.11.2 Público digital

Familias, niños y niñas de Pomasqui y llano grande y Mindo, que contaban con redes

supervisadas por padres de familia, profesionales interesados en el apoyo a la campaña, psicólogos, equipos de fútbol, entrenadores, estudiantes de comunicación, organizaciones sociales, medios, auspiciantes y fundaciones.

4.11.3 Estrategia de contenido

La estrategia digital se enfocó en crear contenido atractivo y generar interacción con la audiencia, utilizando redes sociales.

Se llevo a cabo contante seguimiento mediante la observación de las publicaciones realizadas, revisando el alcance e impresiones en Instagram, las interacciones como likes, comentarios, compartidos y el aumento de seguidores y mensajes recibidos.

4.11.4 Ejecución de la campaña

Se llevó a cabo de manera progresiva, cumpliendo con los objetivos trazados desde su planificación, implementando talleres psicosociales con niños de 8 a 14 años, liderados por psicólogos, donde se trabajaron emociones, autoestima y habilidades sociales a través del fútbol.

Seguido se difundía el contenido realizado en Instagram con fotografías, videos, frases inspiradoras, así mismo se realizaron entrevistas con entrenadores y psicólogos para conectar a la comunidad.

4.12 Resultados e impacto

En función de los objetivos planteados, los principales logros fueron:

-Se crearon espacios seguros en Quito y Mindo acompañados de psicólogos especialistas, en donde los niños mostraron mayor expresión emocional, interacción grupal y disposición frente a compartir lo que sentían en las actividades, lo realizaban tanto con sus pares como con los que organizaban el taller, se evidencio su interés en continuar participando, puntualidad, mayor habilidad para procesar sus emociones al momento de jugar y al momento de responder frente a una situación difícil.

- En cuanto a la visibilidad, se realizaron publicaciones en redes sociales y presencia en distintos medios, lo que permitió sensibilizar a un público sobre la importancia del deporte como herramienta de desarrollo emocional y cognitivo.

- Se conto con actores claves quienes, por medio de las charlas en diferentes medios, observaron el gran interés frente a la campaña y se involucraron para el bienestar de los niños y niñas, se contó con dirigentes deportivos, medios de campaña y psicólogos especialistas.

4.13 Gestión de medios y relaciones públicas

Se contactaron y gestionaron entrevistas con varios medios de comunicación como Radio Redonda, El Universo, Gala Deportes, TVS Canal 13 y Pomasqui TV, quienes dieron cobertura a la campaña. Esta difusión fortaleció el mensaje central y generó confianza entre los aliados y la comunidad.

Desde las relaciones públicas, se fortalecieron vínculos con empresas como EG Constructora, Bora, PZ Sports, Agua Fénix y organizaciones sociales como World Visión y el Centro del Muchacho Trabajador. Su apoyo no solo fue económico o logístico, sino también en legitimidad y alcance.

4.14 Logros no esperados

- Se despertó el interés de otras instituciones que manifestaron su deseo de replicar la campaña.

- Padres de familia se acercaron a solicitar continuidad del proceso, mostrando reconocimiento y agradecimiento.

- Algunas publicaciones fueron compartidas por cuentas externas, aumentando el alcance sin necesidad de pauta.

- En cuanto al pensamiento de los entrenadores que únicamente veían el fútbol desde lo técnico, comenzaron a valorarlo como una herramienta de ayuda emocional, ya que pidieron apoyo para seguir integrando estas herramientas de crecimiento psicosocial en las clases.

5 Conclusiones

La presente investigación demuestra que el fútbol, más allá de su función recreativa, tiene un profundo potencial como herramienta de transformación social, emocional y cognitiva para niños en situación de vulnerabilidad. A través de un enfoque integral que articula el desarrollo infantil, la inclusión, la comunicación estratégica y la acción comunitaria, se evidencia que el deporte puede convertirse en un puente hacia la calidad de vida, la autoestima y la esperanza.

Desde el análisis teórico del desarrollo infantil y la calidad de vida (Capítulo I), se comprueba que las primeras etapas de la vida son determinantes para el futuro de los niños, y que la pobreza y la exclusión limitan sus posibilidades de aprendizaje y expresión emocional. En este contexto, el deporte se presenta como una alternativa real de intervención. El Capítulo II profundiza en cómo el fútbol genera oportunidades reales para fortalecer valores, habilidades sociales y vínculos positivos en contextos adversos. Programas implementados en distintas regiones del país y de América Latina ratifican que, con estrategias adecuadas, el deporte es un agente de cambio capaz de alejar a la niñez de entornos violentos, promoviendo comunidad y bienestar.

La comunicación, como se abordó en el Capítulo III, se convierte en el eje articulador de estas transformaciones. Una comunicación sensible, participativa y estratégica permite visibilizar causas, conectar actores, construir narrativas y movilizar recursos. Desde lo interpersonal hasta lo institucional, comunicar con propósito es clave para generar impacto. Finalmente, en el Capítulo IV se concreta toda esta teoría en una propuesta real: la campaña “Un Gol a los Sueños”, una iniciativa que nace desde el compromiso personal y académico, y que logró intervenir directamente con más de 100 niños y sus familias en Quito y Mindo. A través de talleres, alianzas estratégicas, contenidos digitales y trabajo en territorio, la campaña demostró que es posible generar espacios seguros para que los niños se expresen, aprendan y

sueñen en comunidad.

“Un Gol a los Sueños”: Un Lema de Vida

Esta experiencia trascendió el campo académico, “Un Gol a los Sueños” no solo fue una campaña de comunicación, fue una manifestación de lo que ocurre cuando el conocimiento, la empatía y la acción se encuentran. Hoy, se consolida como un lema de vida que invita a creer en el poder del juego, del amor por los demás y del compromiso con lo social. Porque soñar no es solo imaginar, sino construir. Porque marcar un gol a los sueños es atreverse a transformar la realidad de quienes más lo necesitan.

6 Recomendaciones

Para estudios o campañas futuras es importante que se replique en más comunidades con condiciones similares, continuando con la alianza con instituciones psicológicas y deportivas y dando más énfasis en instituciones educativas.

Profundizar en la sistematización de los resultados, de manera que se pueda analizar no únicamente cualitativamente si no también con un tipo de investigación cualitativo, para generar una base de datos que sirva a futuras intervenciones.

En esta campaña se llevó a cabo trabajo con familias y niños, sin embargo, es importante incluirlas más en espacios de formación emocional únicamente para padres o cuidadores, con el fin de fortalecer los procesos en el hogar.

Incluir más estrategia digital como transmisiones en vivo e intervenciones educativas, planteado proyectos a largo plazo.

7 Referencias bibliográficas

- Ballesteros, C.** (2014). *Relevancia de la Comunicación en el Deporte actual*.
<https://www.researchgate.net/publication/331984308>
- Banco Mundial.** (2014). *En Latinoamérica, el fútbol le gana el partido a la pobreza*.
<https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2014/01/23/futbol-latinoamerica-pobreza-mundial-brasil2014>
- Benach, J. & Muntaner, C.** (2005). *Aprender a mirar la salud. ¿Cómo la desigualdad social daña nuestra salud?*
https://www.enfermeriacomunitaria.org/web/attachments/article/375/Aprender_a_Mirar_la_Salud.pdf
- Castorina, J. A.** (1995). *La formación de las ideas infantiles sobre las reglas del fútbol: Algunos problemas cognitivos*. Revista de Psicología, 1(0), 7-20.
https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.254/pr.254.pdf
- Díaz, O. y Franco, F.** (2010). *Percepción y actitudes hacia la inclusión educativa de los docentes de Soledad, Atlántico (Colombia)*. Zona próxima, (12), 12-39.
- Domínguez Sarmiento, C.** (2018). *El deporte como recurso educativo de inclusión social*. Intervención psicosocioeducativa en la desadaptación social, 10(11), 11-28.
- Duek, C.** (2010). *Infancia, desarrollo y conocimiento: los niños y niñas y su socialización*.
<https://www.redalyc.org/pdf/773/77315155002.pdf>

Educa Qualitas. (2023). *La importancia del juego en el aprendizaje de los niños.*
<https://educaqualitas.com/la-importancia-del-juego-en-el-aprendizaje-de-los-ninos/>

Ecuasiva. (2023). *ONG: Infancia: niños ecuatorianos vive en hogares pobres.*
<https://www.ecuavisa.com/noticias/sociedad/ong-infancia-ninos-ecuatorianos-vive-hogares-pobres-KM7439972>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). (2004). *Deporte, recreación y juego.* <https://www.unicef.org/bolivia/media/2341/file/UNICEF-bol-deporte-recreacion-juego.pdf>

Gómez, F. S. (2016). *La comunicación.*
http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002

Guillén Fuentes, O. F. (2014). *El aprendizaje cognitivo y las estructuras psicogenéticas de Jean Piaget.*
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28855/guillen_fo.pdf

Herrera, L. A. (2018). *El fútbol como herramienta promotora de habilidades de resolución de conflictos en niños, niñas y jóvenes de la Fundación Colombianitos.*
<http://hdl.handle.net/11371/2047>

Jara, M., Olivera, M., & Yerrén, E. (2018). *Teoría de la personalidad según Albert Bandura.* Revista JANG, 7(2), 22-35.
<https://dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8353/3/8077.pdf>

- Laín, S. A.** (2010). *Actividad física para la salud de la población infanto-juvenil: Prevención de la obesidad*. Dialnet.
- Lievano, J.** (2022). *La importancia de los espacios y escenarios deportivos para la práctica de la recreación y el deporte*. Revista Internacional De Pedagogía E Innovación Educativa, 2(2), 209-234. <https://doi.org/10.51660/ripie.v2i2.68>
- Linaza, J. L.** (2013). *El juego es un derecho y una necesidad de la infancia*. Dialnet.
- Lopez, D.** (2005). *Proyecto de desarrollo social para la implementación de una escuela deportiva*. <https://dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8353/3/8077.pdf>
- Luiz, M.** (2019). *La comunicación verbal y no verbal en la cultura del deporte*. <https://es.scribd.com/document/401587731>
- Méndez Prado, L. E.** (2021). *La comunicación en el deporte*. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. <https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/6138>
- Ministerio de Educación Nacional.** (2017). *Decreto 1421 de 2017*. <https://www.mineduacion.gov.co>
- Neira Bravo Cuero, A., & Escobar Riascos, S. V.** (2020). *El deporte como medio de inclusión en condiciones de vulnerabilidad*. Universidad del Valle. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/a3d65729-e3aa-4093-b33f-87a3b423b63e/content>

Oliva Marañón, C. (2012). *Lenguaje deportivo y comunicación social*.

<https://www.redalyc.org/pdf/5235/523552846002.pdf>

Organización de los Estados Americanos (OEA). (2010). *Primera infancia: una mirada desde la neuroeducación*. <https://www.iin.oea.org/pdf-iin/RH/primera-infancia-esp.pdf>

Organización Mundial de la Salud (OMS). (1948). *Constitución de la OMS*.

<https://www.who.int/es/about/governance/constitution>

Pelaez, S. (2024). *La importancia de la comunicación hacia deportistas adolescentes*.

<https://www.fbcv.es/blog/entrenadores/la-importancia-de-la-comunicacion-hacia-deportistas-adolescentes/>

Quiceno, J. M., & Vinaccia, S. (2013). *Calidad de vida relacionada con la salud infantil: una aproximación desde la enfermedad*.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-23862013000200006

Ramírez-Abrahams, P. P.-M.-V. (2014). *La educación temprana para niños y niñas desde nacimiento a los 3 años: Tres perspectivas de análisis*.

http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-42582014000300005

Real, M. (1990). *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791796>

Schmutz, E. L. (2017). *Correlates of preschool children's objectively measured physical activity and sedentary behavior*. <https://ijbnpa.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12966->

016-0456-9

Thinking Heads. (2024). *Economía del fútbol*. <https://thinkingheads.com/tendencia-global/economia-del-futbol/>

UNICEF y OTIS. (2022). *Brechas de protección social para la niñez en el Ecuador*. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@americas/@ro-lima/@sro-lima/documents/publication/wcms_853767.pdf

Urbina-Medina, H. (2015). *La infancia y el porvenir*. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-07522015000200008

Valdés Velázquez, A. (2014). *Etapas del desarrollo cognitivo de Piaget*. <https://www.researchgate.net/profile/Armando-Valdes-Velazquez/publication/327219515>

Vives-Ribó, J. & (2020). *Intervención sobre la comunicación del entrenador para aumentar la confianza de los deportistas*. <https://doi.org/10.5093/rpadef2020a1>

Zapata, G. (2010). *Comunicar para ganar en el deporte*. http://viref.udea.edu.co/contenido/publicaciones/memorias_expo/gestion/comunicar.pdf