

El deporte como instrumento de cambio en la comunidad mediante la comunicación participativa a través del club deportivo Samarios Rugby de la ciudad de Santa Marta

Magdalena

Ensayo

Melissa Girón Amaya

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades – ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Santa Marta, diciembre 2022

Resumen

El presente ensayo argumentativo, tiene como función reflexionar sobre los resultados obtenidos en el trabajo de investigación acción de la OSP Samarios Rugby Club, para el cual se diseñó una estrategia de comunicación con el fin de fortalecer sus prácticas sociales y empoderar a la organización a través de acciones que produzcan la transformación y construcción del tejido social, este trabajo investigativo se realizó bajo el marco de la propuesta académica del Diplomado de Construcción de Redes Sociales de Comunicación de la Universidad Nacional Abierta y Distancia. Dicho estudio se llevó a cabo con la ayuda de los miembros del club quienes propiciaron la información necesaria para identificar las distintas problemáticas comunicativas a nivel interno y externo del club deportivo, por lo consiguiente se elaboró una propuesta de mejoramiento comunicacional en la que se busca incrementar la participación de la comunidad a través de sus redes sociales y espacios físicos que fomenten los vínculos sociales y beneficien a la organización en cuanto a su desarrollo social y deportivo.

Palabras clave: Samarios Rugby Club, Estrategia de comunicación, club deportivo, Comunicación participativa, redes sociales, comunidad, transformación social.

Tabla de contenido

El deporte como instrumento de cambio en la comunidad mediante la comunicación participativa a través del club deportivo Samarios Rugby de la ciudad de Santa Marta Magdalena.....	4
Conclusiones... ..	11
Referencias... ..	12

El deporte como instrumento de cambio en la comunidad mediante la comunicación participativa a través del club deportivo Samarios Rugby de la ciudad de Santa Marta

Magdalena

Samarios Rugby Club es una organización deportiva que se caracteriza por ser un grupo de interés social, ya que fomentan la integración comunitaria por medio del rugby del cual pueden participar todas las personas sin importar su edad, aunque la mayoría de sus integrantes son los más jóvenes quienes ven en este deporte de contacto una alternativa distinta a de las prácticas más conocidas en el país.

Es un club que promueve la inclusividad social a través de sus equipos de rugby femenino y masculino mientras enseñan y generan la oportunidad de demostrar las capacidades deportivas de cada uno de sus miembros, los cuales se destacan por los resultados obtenidos a nivel competitivo ya que han podido exhibir sus destrezas al ocupar los primeros puestos en competencias regionales, lo que comprueba el nivel de compromiso por parte de sus deportistas y entrenadores.

Otro de los aspectos a resaltar es la contribución al desarrollo personal, ya que al indagar en este aspecto se identificó que la gran mayoría de los deportistas son jóvenes de bajos recursos por lo consiguiente es necesario potenciar esta organización a través de la comunicación participativa mediante una estrategia comunicacional que le permita obtener mejores relaciones sociales tanto a nivel interno como externo, logrando así más visibilidad entre la comunidad y de esta manera poder obtener el apoyo necesario para respaldar sus proyectos.

Por lo cual la tesis que propone este ensayo es un documento realizado a través de la investigación planteada por el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación como opción de grado del programa de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.

Para que exista una sociedad es necesario construirla según ciertas circunstancias y como bien lo menciona el autor Bechini (Citado en Gallego, S, 2016) "La base de la sociedad viene determinada por ese conjunto de individuos que coinciden en sus aspiraciones individuales y buscan la satisfacción de las misma" (p. 56). Si bien es preciso generar la transformación social en cada una de nuestras comunidades y se sabe que para hacer esto posible es fundamental el trabajo mancomunado, en este caso el club deportivo requiere unir fuerzas con el apoyo de la comunicación participativa con el fin de producir cierto respaldo para poder continuar con sus objetivos sociales y deportivos, los cuales van desde fomentar en los jóvenes las buenas costumbres, apoyo emocional, alejarlos de los malos pasos e incentivarlos a que el estudio y el deporte son las mejores opciones para construir un mejor futuro.

En principio se llevó a cabo un acercamiento a la organización con el propósito de identificar sus falencias comunicativas a nivel interno y externo, siguiendo los pasos determinados por la propuesta de investigación, se aplicó la sociopraxis la cual nos permitió realizar en varias ocasiones trabajos de campo como la observación y entrevistas efectuadas a la directiva del club, dicha investigación arrojó distintos problemas tales como: Conflictos de dialogo entre sus miembros, poca implicación con las entidades públicas y privadas, relaciones débiles con la comunidad, baja interacción y contenido limitado en sus redes sociales.

Por lo anterior es importante diseñar una estrategia de comunicación que fortalezca las falencias identificadas logrando así el empoderamiento de Samarios Rugby Club. Y para esto es fundamental despertar el interés del resto de la comunidad ya que a través de esos vínculos humanos se puede generar el desarrollo de una comunidad y como bien lo indica el autor Cohen et al (citado en Gracia & Herrero, 2006):

No obstante, la interacción social con los miembros y organizaciones de la comunidad constituye una potencial fuente de apoyo para las personas. A partir de estas relaciones no sólo se pueden obtener importantes recursos, información y ayuda, sino también se deriva un sentimiento de pertenencia y de integración a una comunidad más amplia con importantes implicaciones para el bienestar individual y social (p. 328).

El poder influir en la sociedad requiere de ciertas acciones comunicativas y en este caso la estrategia que se propone busca propiciar la vinculación de la comunidad en el club, ya sea integrándose como deportista, hincha o como benefactor, así que es vital crear actitudes positivas como la aceptación y la confianza para poder generar el crecimiento y construcción de tejido social. Esta organización deportiva se preocupa por contribuir al desarrollo social, como lo es educar a través de los valores, propiciar los buenos pensamientos y actos correctos, fomentar la participación e incentivar a sus jugadores a que desarrollen su personalidad de la mejor manera posible, mientras buscan como mejorar su calidad de vida.

Son varias las opciones que se pueden llegar a trabajar a lo largo de la puesta en práctica de la estrategia de comunicación, ya que al ser elaborada especialmente para las necesidades de la organización se tocan puntos claves como la baja implicación de las entidades gubernamentales, empresas privadas entre otros organismos de poder que son vitales para el desarrollo de este club deportivo, por ende el contribuir desde la comunicación es una de las acciones más poderosas que se pueden llegar a realizar, como lo es el destacar el objetivo social del club es una oportunidad importante para contribuir al desarrollo social de la comunidad.

Las personas se sienten identificadas con otras cuando comparten sentimientos, emociones y pensamientos en común, gracias a estas particularidades se conforman los colectivos que defienden sus ideales y buscan participar de alguna forma en las actividades compartidas

Para Zemelman (citado en Torres A, 2002) “Los sujetos colectivos se van constituyendo en la medida en que pueden generar una voluntad colectiva y despliegan un poder que les permite construir realidades con una direccionalidad consciente” (p. 114).

Por esto es tan importante mejorar las relaciones con el resto de la comunidad, ya que una de las grandes falencias que tiene el club es la poca interacción que recibe por parte de la sociedad, y esto se ve evidenciado en la baja interacción de sus seguidores en sus redes sociales, la escasa asistencia de público en sus partidos y el poco apoyo de entidades públicas y privadas. Y esto se debe a que no existe una buena comunicación por parte del club, al no poseer una estrategia comunicativa que les ayude a mejorar sus problemas de interacción se encuentran en un punto de estancamiento en donde no pueden progresar ya que no se generan los recursos necesarios para poder desarrollar más y mejores proyectos.

Por las razones mencionadas anteriormente se requiere de una estrategia comunicativa que pueda producir la participación y aportación que la organización necesita y con esto poder cumplir con las metas establecidas por el club a nivel competitivo y social, por lo que fomentar mejores relaciones a través de la comunicación participativa es clave en este proceso como bien lo menciona el autor López, J, (2013):

La comunicación participativa, como práctica social y como objeto de estudio, tiene como aspecto particular el ser dinamizado por grupos sociales con propósitos de movilización de sus integrantes que, de manera organizada, gestionan mejores condiciones de vida, generalmente en contradicción y lucha contra poderes establecidos. (p. 43).

Dentro del proceso investigativo se halló una situación con relación a la manera en que se comunican entre miembros, en este caso los jugadores quienes al ser en su mayoría jóvenes que provienen de las zonas más vulnerables de la ciudad, poseen una cultura con déficit en valores

por lo consiguiente el proceso de adaptación es un poco lento, siendo esta una de las causas por las cuales se generan ciertas indiferencias que suscitan al cotilleo produciendo así malos entendidos al interior del club y que en algunas ocasiones terminan por fuera de este, por lo que es necesario tomar medidas preventivas y que logren solucionar estas deficiencias comunicativas.

La comunicación dentro de una organización es muy importante, ya que al existir conflictos en esta área y difundirse información inapropiada puede ocasionar ciertas incomodidades alterando el ambiente dentro de una comunidad y esto hace referencia en la importancia del uso del lenguaje como propiciador de diálogos formados a través de los pensamientos, emociones entre otros factores los cuales influyen en los discursos que pueden crear dinámicas negativas o positivas en el proceso de comunicación como lo menciona el autor Martino (citado en Marchiori, (2011) “El lenguaje estructura la realidad que es transmitida a la mente, pero también se forma de acuerdo con otros elementos, como predisposiciones emocionales, afectivas e inclusive inconscientes” (p. 51).

El poder contribuir a la transformación social es una labor que ejecutan los miembros directivos del club deportivo Samarios Rugby y no es una tarea sencilla en una sociedad que no pone su vista fácilmente a las acciones sociales creadas por este tipo de organizaciones, lograr el reconocimiento del club en la comunidad ha sido un proceso arduo y lento, en lo que han pasado los años es poco el apoyo que han recibido y más con la llegada de la pandemia del Covid-19 la cual ocasiono un retroceso en su proceso tanto deportivo como social; esto hizo que la organización perdiera oportunidades de crecer, por ende la estrategia que se propone pretende dar lugar a una mejor y mayor proyección del club ante la comunidad mostrando de manera positiva los cambios sociales obtenidos por sus integrantes y demostrando que a través del deporte y la educación se puede producir el progreso.

El deber de promover acciones que contribuyan a la transformación social es una de las iniciativas presentadas en la propuesta de la estrategia de comunicación ante la asamblea como método de articulación con el resto de la comunidad, acciones como la participación en espacios públicos hará que la organización tenga un mayor acercamiento entre sus habitantes propiciando el diálogo, creando conexiones sociales, en cierta manera fomentará la participación de alguna forma con el club, este tipo de acciones ejercen cierto eco en la comunidad y por lo consiguiente atraerán más personas que se sientan congeniadas con este tipo de motivos sociales e incentivando a aportar de alguna manera al club con el objetivo de construir tejido social.

Una de los hallazgos obtenidos fue la deficiencia en su redes sociales ya que no está lo suficientemente estructurada por lo que se hace necesario trabajar en su fortalecimiento a través de distintas acciones que favorezcan su mejora, el poder incrementar los aportes que beneficien al club es fundamental para su supervivencia, y esto se gestiona mejorando la comunicación externa del club, a partir de una estrategia comunicativa que pueda inducir al desarrollo de esta organización deportiva por medio de uniones que fomenten el respaldo a su proyecto presente y en vista a otros en el futuro, por lo que la red social se convierte en un vehículo indispensable para este proceso como lo indica los autores Abello y Madariaga (citado por Gallego (2011) “...el uso de una red social busca la supervivencia para satisfacer necesidades básicas, desarrollo, que se utiliza para mejorar la calidad de vida de sus integrantes y también para buscar y mantener el vínculo social” (p. 117).

A través de la estrategia de comunicación se pueden originar los objetivos deseados por el club deportivo Samarios Rugby, ya que a través de este tipo de estrategias se puede fomentar la sensibilización de la sociedad por los distintos medios posibles, el poder hacer uso de los medios de comunicación sería de gran ayuda para esta organización ya que se puede mejorar las relaciones entre sus miembros y la manera en que estos se relacionan con el resto de la

comunidad, y a través de los medios tecnológicos como los son las redes sociales ya que el uso adecuado de estas junto con una estrategia comunicativa que logre demostrar el verdadero sentido social del club podría generar la visualización y sensibilización en la sociedad con el fin de atraer al mayor público posible, como bien lo mencionan Kamlongera, C. y Mafalopulos, P. (2008). “El fin de diseñar una estrategia de comunicación es tratar y resolver los problemas a nivel de la comunidad, utilizando las conclusiones del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural, así como métodos, técnicas y medios de comunicación”. (p. 8).

Con la estrategia de comunicación más rugby más progreso se pretende lograr una mejora en la comunicación interna y externa del club a través de los distintos espacios físicos y digitales para que sean vistos como agentes de cambio y constructores de una nueva sociedad que se preocupa por la juventud sin importar su condición social pero con un enfoque a apoyar a los más vulnerables y es por esto que se requiere de la ayuda de benefactores que propicien la construcción del tejido social, la propuesta comunicacional al club deportivo aporta acciones que pueden ser llevadas a cabo a través de la labor de sus miembros tanto de la asamblea como de los deportistas, ya que la estrategia fue diseñada con la vinculación de cada uno de sus integrantes para obtener mejores resultados y el mayor aprendizaje del proceso, por medio acciones como la promoción de nuevos espacios de comunicación, jornadas de educación y escucha activa se busca resolver los problemas de dialogo a nivel interno, con la mejora del contenido e interacción de sus redes sociales digitales que busque llamar la atención de la comunidad, más la participación del club en jornadas deportivas y culturales logrará hacerlos más visibles ante el resto de la sociedad atrayendo cada vez más deportistas y contribuyentes, por lo cual de esta manera la organización Samarios Rugby Club podrá alcanzar sus objetivos propuestos.

Conclusiones

Podemos concluir este ensayo que a través de una estrategia comunicativa se puede generar la transformación social por medio de instrumentos como el deporte y la educación los cuales construyen y llevan al desarrollo de la comunidad, el club deportivo Samarios Rugby es un gran contribuyente del cambio que la sociedad necesita, ya que a través de sus actividades busca desarrollar el talento de sus deportistas mientras generan la conciencia de las buenas practicas sociales y usan la educación como base para una mejor calidad de vida de sus integrantes, por medio de la estrategia diseñada se busca que sean vistos como los verdaderos agentes de cambio que son y que quieren seguir siendo cada vez con mejores resultados.

Con base a la investigación realizada en el proceso del trabajo de campo se pudieron obtener distintos hallazgos que nos llevaron a la construcción de una estrategia comunicativa que propiciara el fortalecimiento de la organización, por lo cual se realizó una propuesta que trabaje desde la comunicación participativa poniéndola en practica desde el interior del club hasta el exterior de este con el resto de la comunidad.

Se sabe que para lograr la construcción del tejido social es necesario fomentar la sensibilidad, tener las mejores relaciones con nuestro entorno, esto se puede hacer por medio de sus redes sociales y en espacios físicos u otros medios que generen la comunicación, en donde se demuestren los cambios sociales y alcances deportivos obtenidos por parte de sus miembros, lo cual ayudará a crear la suficiente conciencia en la comunidad con el fin de ser vistos como una organización seria y comprometida con su proyecto, para que pueda obtener la cooperación de la sociedad que busca ser participe de una causa que genere el desarrollo social y comunitario.

Referencias

- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales. Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Gracia, E. y Herrero, J. (2006). La comunidad como fuente de apoyo social: evaluación e sugerencias en el ámbito individual y comunitario. Revista Latinoamericana de Psicología. <https://www.redalyc.org/pdf/805/80538207.pdf>
- Kamlongera, C., y Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- López, J. (2013). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD.
[:https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf](https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf)
- Marchiori, M., (2011). Comunicación interna: una visión más amplia en el contexto de las organizaciones. Ciencias de la Información.
<https://www.redalyc.org/pdf/1814/181422294008.pdf>

Torres, A. (2002). Nuevos Sentidos de lo Comunitario y Construcción de Sujetos Sociales. En:
Reconstruyendo el vínculo social: Movimientos sociales, organizaciones populares y
constitución de sujetos colectivos. Universidad Nacional Abierta y a Distancia -
UNAD, Bogotá, 2002. <http://hdl.handle.net/10596/8037>