

Incentivando la comunicación de Redes Sociales en OSP Club Huila Patina

Martha Yaneth Valbuena

Asesor

Luis Guillermo Monsalve Jiménez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades - ECSAH

Sociología

2024

Resumen

El presente documento, es el consolidado del trabajo realizado para el proyecto de Grado del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, con la OSP Club Huila Patina en la ciudad de Neiva.

Buscamos fortalecer una comunicación asertiva entre los actores sociales internos y externos del club deportivo, mediante el uso de redes sociales, lo cual le permita al club, un mejor alcance en reconocimiento, como una organización, no solo formadora de deportistas de patinaje, sino una entidad que trabaja en pro del bienestar de los jóvenes en la ciudad de Neiva Huila.

Mostraremos aquí como el club deportivo Huila Patina busca motivar a niños y jóvenes a encontrar en el deporte del patinaje una orientación profesional y formativa.

Palabras clave: Redes, Comunicación, Deportivo, Orientación, Actores.

Abstract

This document is the consolidated work carried out for the Degree project of the Diploma in Construction of Social Communication Networks, of the National Open and Distance University UNAD, with the OSP Club Huila Patina in the city of Neiva.

We seek to strengthen assertive communication between the internal and external social actors of the sports club, through the use of social networks, which allows the club a better scope in recognition, as an organization, not only a trainer of skating athletes, but also a entity that works for the well-being of young people in the city of Neiva Huila.

We will show here how the Huila Patina sports club seeks to motivate children and young people to find professional and educational guidance in the sport of skating.

Keywords: Networks, Communication, Sports, Orientation, Actors.

Tabla de Contenido

Introducción	8
Aprestamiento -----	10
Conceptualización -----	13
Informe de Identificación -----	17
Implicación-----	20
Informe Socipráxico -----	24
Construcción-----	28
Proyección -----	42
Conclusiones-----	50
Referencias-----	53

Listado de Tablas

Tabla 1 <i>Ficha de Identificación General</i>	10
Tabla 2 <i>Ficha Descriptiva</i>	13
Tabla 3 <i>Diario de Campo</i>	20
Tabla 4 <i>Matriz de Posicionamiento de Actores Internos y Externos de la OSP</i>	30
Tabla 5 <i>Matriz Comparativa</i>	33
Tabla 6 <i>Matriz NOPS</i>	45
Tabla 7 <i>Relación Oportunidad de Mejora y Acción de Mejora</i>	48

Listado de Figuras

Figura 1 <i>Sociograma de Relaciones Comunicacionales</i>	28
Figura 2 <i>Conjunto de Acciones</i>	29
Figura 3 <i>Secuencia Lógica Creación de la Estrategia</i>	47

Listado de Apéndices

Apéndice A <i>Carta de Solicitud</i>	55
Apéndice B <i>Carta de Aprobación</i>	56
Apéndice C <i>Enlace Entrevista Inicial</i>	57
Apéndice D <i>Preguntas Cualitativas</i>	58
Apéndice E <i>Enlace Entrevista Final</i>	59
Apéndice F <i>Registro Fotográfico</i>	60
Apéndice G <i>Enlace Socialización de la Estrategia</i>	61

Introducción

Para facilitar al lector la comprensión de la información se ha elaborado este documento donde se ha organizado de manera lógica y secuencial, tanto las actividades realizadas como la información recolectada y la construcción del conocimiento final.

En el primer numeral denominado Aprestamiento, se condensa en una matriz el proceso desarrollado para la selección de la Organización Social Participativa, a quien nos referiremos en el documento como OSP. En este numeral se presentan las diferentes organizaciones consideradas inicialmente y de manera comparativa se justifica la selección de la OPS con la cual se desarrolla la totalidad del trabajo.

En la sección Conceptualización se realiza una tabla donde se exponen los puntos más relevantes de la OPS seleccionada, permitiendo fortalecer las razones por las cuales, el trabajo es desarrollado con la misma y se exponen los puntos de partida de este trabajo. De la misma manera, en el informe se presenta el análisis riguroso de esta segunda fase de ejecución.

Como tercer apartado y mediante el diario de campo, se desarrolla la fase de implicación, en la cual se presenta la observación de determinadas actividades y la interpretación de éstas por parte del autor, fortaleciendo éste con un informe sociopráxico, dando paso así a la fase cuatro, en cuyo numeral se presentan todas las actividades de la Construcción, incluyendo de manera gráfica los sociogramas y los conjuntos de acciones derivados del estudio desarrollado a la OSP seleccionada.

Para el cuarto numeral se presenta la matriz de posicionamiento mediante la cual se realiza el paralelo entre los diferentes actores de la OSP con relación al objeto de este trabajo y finalmente, en el último apartado se realiza una amplia descripción de la Secuencia Lógica utilizada para la construcción de la Estrategia de Fortalecimiento

Organizativo y Comunicacional, partiendo de los fundamentos conceptuales que permitió esta construcción.

Para mayor soporte, se incluye en los apéndices, las evidencias que respaldan todas las actividades realizadas dando soporte no solo estructural sino de conocimiento y concordancia con lo presentando en el cuerpo del documento.

Aprestamiento

Tabla 1

Ficha de Identificación General

Nombre de la OSP	Descripción de su objeto social y acciones relevantes que desarrolla	Criterio de Selección	Posibles Oportunidades	Posibles Dificultades
OSP 1 Club de Patinaje	<p>Club Huila Patina Programa selección de talentos.</p> <p>Es una institución de carácter privado, pero con enfoque social constructivo. Vincula niños y jóvenes del Huila, de bajos recursos o sin ellos, que quieran encontrar en el patinaje su sueño de vida.</p> <p>Que sobre salgan en su</p> <p>Inicia hace un año Inicia con 5 niños y ahora tienen el club Modalidad completa 16 Fines de semana 28 Festivales deportivos 65000 por niño Póliza de deportista</p>	<p>No se encuentra legalmente constituida, pero es un club de patinaje, que en sus prácticas vincula niños y jóvenes para impulsarlos en el camino deportivo.</p> <p>He realizado acercamiento al club y he visto las dinámicas que allí realizan, sus prácticas deportivas y competencias.</p>	<p>Todo por hacer y apoyar en el crecimiento del Club de patinaje, desde su organización en el registro legales y constitución formal.</p> <p>Así mismo fortalecerlos como estructura organizacional y construcción de sus redes sociales para la comunicación asertiva con otros actores sociales que puedan apoyar a dicha comunidad deportiva.</p>	<p>Solo tendría como limitante el que la universidad no me permita poder trabajar con este club por ser una entidad con ánimo de lucro.</p> <p>Pero la cual en su objetivo principal es social y constructivo para los jóvenes que aman el patinaje y que encuentran en el club el apoyo total para que se puedan vincular a él.</p> <p>Nota: La información obtenida por medio un familiar, profesional en educación física y entrenador deportivo, quien dirige el club en la actualidad y es fundador. Gustavo Andrés Valbuena Rico.</p> <p>No página web.</p>

				No redes sociales.
OSP 2	<p>Ejecución de programas, proyectos y/o convenios sociales, económicos, culturales, comunitarios, ambientales, educativos, tecnológicos de salud y recreación, mediante la administración de recursos propios y de terceros que estén bajo su custodia, orientados para la atención y fortalecimiento de las comunidades vulnerables.</p>	<p>Me referenciaron esta fundación la cual lleva mucho tiempo en funcionamiento, casi 20 años, es una fundación que ha sido trabajada por generaciones de familia, su fundadora ya ha fallecido pero su misión se mantiene viva. Se financian con actividades para el sector gobierno y privado y así lograr recoger fondos para su propia fundación y materiales de apoyo.</p>	<p>La proyección es impulsarlos a que le den un mejor manejo a las comunicaciones en redes, para que se puedan vincular a más actividades, incluso con otras fundaciones y así lograr apoyos y beneficios nuevos.</p>	<p>No tienen una sede fija en donde se pueda trabajar, dependemos de la ayuda que un plantel educativo pueda prestar para hacer el trabajo de campo.</p> <p>Nota: La información obtenida por medio de amigos cercanos que me dieron el contacto de la Lider del proyecto. Andrea Viveros. https://www.fundacov.com/la-escuela</p>
OSP 3	<p>CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS DE VIDA CON NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES EN POBLACIÓN VULNERABLE</p> <p>El propósito de esta iniciativa es generar espacios de aprendizaje y construcción de ideales en niños y jóvenes que ante las condiciones sociales y económicas de su</p>	<p>Me presentaron la fundación por medio de documentación y de forma virtual. Aún no he logrado visitarlos, lograr los espacios no es tan fácil. Es una fundación sin ánimo de lucro, sus fines son de formación y construcción social.</p>	<p>La fundación se enfoca no solo en dar donaciones y alimentos a la población vulnerable, sino en dictar charlas de crecimiento personal, capacitaciones en diferentes temas constructivos sociales, no se trata de llevar el pan un día y al siguiente no dar</p>	<p>El lugar es distante y la zona es riesgosa en temas de trabajo de campo. Se trabaja en la caseta comunal del barrio. Las familias casi no participan por miedo.</p> <p>Nota: La información obtenida por medio de amigos cercanos que me</p>

entorno se hace necesario un acompañamiento y fortalecimiento de su personalidad, autoestima y deseos de superación.

nada.
La formación constante hace más por las personas, dice su fundador.

dieron el contacto del Linder del proyecto Jhon Fredy Palomino Perdomo.

Puedo lograr unas activades de comunicaciones más amplias para lograr dar a conocer más la fundación y así mismo compartir actividades con otras fundaciones de su misma misión.
Revisar que otros actores sociales se puedan vincular para que la comunidad sea más participativa.

No página web.
No redes sociales.

Nota.. Elaboración propia.

Conceptualización

Tabla 2

Ficha Descriptiva

Aspecto	Descripción
<p>Tipo de práctica. Lo que hace la OSP en cumplimiento de su objeto social.</p>	<p>Es un club deportivo, formativo, para los niños, jóvenes y personas que deseen aprender y fomentar una actividad física.</p> <p>El Club es un Organismo Deportivo de derecho privado, sin ánimo de lucro de naturaleza privada, con personería jurídica y patrimonio propio integrado voluntariamente por los residentes de un lugar que aúnan esfuerzos y recursos y que cumple funciones de interés público y social, dotado de reconocimiento deportivo.</p>
<p>Objetivos o intenciones de ayuda social.</p>	<p>El domicilio del club es el MUNICIPIO DE NEIVA, (H) territorio dentro del cual ejercerá jurisdicción; con la dirección carrera 45 # 21 a 28 La Rioja, teléfono 320 361 4695 del municipio de Neiva.</p> <p>El objeto del Club es fomentar y patrocinar la práctica de la Disciplina del PATINAJE en el Municipio de Neiva, e impulsar programas de interés público y social.</p> <p>El formar personas más que deportistas, forman campeones para la vida como lo dice su eslogan, y allí esta toda una labor social.</p>
<p>Regularidad y características de la práctica o reuniones de los integrantes de la OSP.</p>	<p>Los directivos del club y los actores sociales son reunidos una vez a la semana de manera presencial para tocar los temas relacionados en la semana misma y proyectar las actividades para la siguiente.</p> <p>Cuando existen competencias próximas, los integrantes y participantes del club tienen un contacto más cercano, y el canal de información más directa es WhatsApp.</p>
<p>Características de participantes o actores (rol social, nivel profesional, rol institucional).</p>	<p>El Club deportivo se orientará por los siguientes principios:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Principio de Democracia: participación democrática en las deliberaciones y decisiones. Inclusión de la comunidad. b) Principio de la Autonomía: autonomía para participar en la planeación, toma de decisiones en los asuntos internos de la organización deportiva conforme a sus estatutos internos. c) Principio de libertad: libertad de afiliación y retiro de sus miembros. d) Principio de igualdad y respeto: igualdad de derechos, obligaciones y oportunidades en la gestión y beneficios alcanzados por la organización deportiva; Respeto a la diversidad: ausencia de cualquier discriminación por razones políticas, religiosas, sociales, de género o étnicas; e) Principio de la prevalencia del interés común: prevalencia del

interés común frente al interés particular. Vinculación a la comunidad.

Tamaño de organización de la OSP (número de integrantes, cobertura territorial)

- A. El Club tendrá como mínimo la siguiente estructura funcional:
- B. Un Órgano de Dirección, representado por La Asamblea General de afiliados.
- C. Un Órgano de administración conformado por tres afiliados.
- D. Un Órgano de Control, constituido por un revisor fiscal principal, debe de ser contador(a) y un suplente.
- E. Un Órgano de Disciplina, constituido por la Comisión Disciplinaria (tres personas)

CARGOS.

- 1. Un Presidente, quien será el representante legal del Club.
- 2. Un Tesorero.
- 3. Un Secretario.

Forma de organización, estructura, equipos, comités, cargos.

Principio de la capacitación: los organismos deportivos tienen como eje orientador de sus actividades la capacitación y formación integral de sus directivos, dignatarios, vocales, afiliados y beneficiarios del Club.
Principio de la organización: fortalecimiento de la estructura de la organización Deportiva y el respeto, acatamiento de la Normatividad deportiva.

Características de los vínculos sociales al interior de la OSP.

Principio de la capacitación: los organismos deportivos tienen como eje orientador de sus actividades la capacitación y formación integral de sus directivos, dignatarios, vocales, afiliados y beneficiarios del Club.
Principio de la organización: fortalecimiento de la estructura de la organización Deportiva y el respeto, acatamiento de la Normatividad deportiva.

Formas de participación al interior y hacia el exterior de la OPS.

Principio de la buena fe: las actuaciones de los Directivos y afiliados del Club deben ceñirse a los postulados de la buena fe, la cual se presumirá en todas las gestiones que aquellos adelanten.
Principio de solidaridad: en los organismos deportivos se aplicará siempre, individual y colectivamente el concepto de la ayuda mutua como fundamento de la solidaridad.

Formas de comunicación interna, actores, tipo, etc.

Principio de la participación: la información, consulta, decisión, gestión, ejecución, seguimiento y evaluación de sus actos internos, se constituyen el principio de la participación que prevalece para sus afiliados y beneficiarios de los organismos deportivos.

Comunicaciones para el público externo:

Se usan medios cercanos como las redes sociales básicas, informaciones por grupos de WhatsApp, Facebook, pero se nota que hay mucho trabajo por realizar en la construcción de canales, para transmitir información, de lo que se hace, de manera más dinámica y distinta a lo que hacen otros clubes.

Algunas ideas que se fueron ya planteando fueron.

Se necesitan hacer publicaciones en directo, en tiempo real porque esto conlleva a mostrar actividad constante en el club.

Al mostrar las dinámicas diarias se transmite así mismo historias naturales desde el mismo deportista que proyectara su pasión por lo que hace.

Incluir siempre de alguna manera a la comunidad cercana y a los actores sociales externos.

Vincularlos a la moda en todo sentido, buscando de muchas maneras patrocinios y aportes relevantes para el mismo y para el club.

Impulsar el deporte femenino

Vincularse con otras causas sociales, generando alianzas de pasión por la vida sana.

Mantener vigente el reconocimiento deportivo ante el organismo de inspección control y vigilancia respectivo y la afiliación al organismo deportivo correspondiente.

Promover, facilitar y fomentar el desarrollo de centros de iniciación y formación deportiva y la participación en actividades lúdico-recreativas y deportivas de los deportistas del Club, en especial de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes.

Velar por que la práctica del deporte se desarrolle de manera que no perjudique la salud de los deportistas, disciplina y decoro.

Promover y fortalecer en los directivos, dignatarios, afiliados y beneficiarios del Club, el sentido de pertenencia frente a instancias gubernativas y comunidad.

Establecer los canales de comunicación necesarios para el desarrollo de sus actividades deportivas.

Gestionar recursos y celebrar contratos y/o convenios con empresas públicas y privadas del orden internacional, nacional, departamental, municipal y local, con el fin de impulsar, desarrollar planes y programas del Club.

Construir y preservar la armonía en las relaciones interpersonales y colectivas, dentro directivos, dignatarios, afiliados y beneficiarios del Club, a partir del reconocimiento y respeto de la diversidad dentro de un clima de respeto y tolerancia.

Lograr que los diferentes representantes de los órganos del club y afiliados estén permanentemente informados sobre el desarrollo de los hechos, políticas, programas y normatividad

Formas de comunicación externa, actores, tipo, etc.

Planes, cronogramas, metas. Proyectos en desarrollo.

deportiva orientada por Coldeportes Nacional y demás entidades afines al deporte.

Realizar eventos y participaciones en certámenes deportivos y recreativos a nivel local, Municipal, departamental, Nacional e Internacional.

Todas las demás que le estén permitidas por las normas legales, estatutarias y reglamentarias.

En cumplimiento de su objeto, el Club organizará programas deportivos internos, en los cuales participen los deportistas afiliados, de carácter recreativo o competitivo, con el fin de proporcionarles sano esparcimiento y ocupación del tiempo libre, mejoramiento de la salud y preparación técnica.

Artículo 67. Cuando el Club decida participar en competiciones o eventos deportivos oficiales del deporte asociado, preparará y seleccionará a los deportistas que habrán de representarlo; podrá afiliarse a las Federaciones deportivas, de acuerdo a la Ley 494 de 1999, a las Ligas de su deporte o modalidad o a la Asociación Deportiva Departamental correspondiente.

Logros de proyectos exitosos.

Patín Recreativo

Resultados Club Huila Patina ¡Formando Campeones para la Vida!

I Festival Recreacional Departamental De Clubes De Patinaje De Carreras

Ibague 09 Y 10 De Marzo - 2024

1. 16 Medallas De Oro.
2. 12 Medallas De Plata
3. 5 Medallas De Bronces

Dificultades para desarrollar sus objetivos sociales.

Algunas de las dificultades, y aunque suene extraño son las organizaciones deportivas Departamentales como la Liga misma, que les exige condiciones de inscripciones con precios absurdos y que en realidad no les generan ningún apoyo en cuanto a las necesidades de competencias nacionales.

Otros aspectos para comentar.

El club me ha puesto al tanto de los estatutos y desde esta información hemos logrado la información pertinente para el desarrollo de esta actividad.

Así mismo retomé información en la entrevista que realizamos al presidente del Club Deportivo Huila Patina, en la ciudad de Neiva.

Nota. Elaboración propia.

Informe de Identificación

La comunicación como base social, es una herramienta valiosa y fundamental para el desarrollo de cualquier actividad en la vida del individuo, en esta oportunidad nos relacionaremos con diferentes grupos y actores sociales que nos llevarán de la mano para que, en comunidad, podamos apoyar un grupo formativo deportivo del Huila: Club Huila Patina.

El autor habla de lo empírico, que, si sirve para algo, o sirve para la sociedad o si siempre se necesitan. (Villasante, 2010)

Desde mi perspectiva lo empírico siempre existe, todos hemos sido empíricos para alguna labor, para alguna actividad, ser empírico le da al ser una habilidad innata de resolver, de pensar y de actuar. No todo está enseñado en la familia o en la academia, cuando te enfrentas a una labor, aplicas lo empírico, a hacerlo como uno cree que se debería hacer o realizar. Por supuesto luego viene la confrontación con el conocimiento y así se va llegando a la perfección.

Para dichas labores en cuestión de la práctica en la actividad con la organización social participativa – OSP, las comunidades tienen mucho que aportar. Es la misma comunidad la que se vincula de manera inmediata con el proyecto y la que se verá directamente implicada, de la cual se espera obtener aportes importantes para el club deportivo en este caso.

Así mismo existe otros grupos participativos, operativos como lo explicaba el director del club deportivo Huila Patina, que entran a ser transformadores, algunos docentes, psicólogos, sociólogos, deportólogos que hacen parte de la comunidad y que se vinculan con el ánimo de contribuir al crecimiento social del mismo. Estos grupos se encargan de revisar procesos y de corregir lo necesario, así es que en el camino se va

puliendo el conocimiento que es compartido y de alguna manera construido en mi investigación, toda vez que como participante y aprendiz en este proceso, y considerando La famosa acción participativa de Orlando Fals Borda donde todos los que participan como sujetos de conocimiento a su vez, participan como sujetos en proceso de formación.

(Calderón & Lopez C., s.f.)

Uno es alguien que dentro del proceso provoca. Considero que es la idea como dice el autor Galeano, desde el conocimiento senti-pensante. Uno no está solo para ser un observador sino para contribuir con ideas que bien pueden ser desde lo empírico, puedan aportar de gran manera en la actividad deportiva y constructiva del club para todos en especial para la comunidad juvenil.

Nosotros, en este caso yo, como socióloga, tengo mucho para aportar a la misión de la OSP con las actividades precisas para contribuir en la Construcción de Redes Sociales de Comunicación tanto internas como externas. Con mi aporte, ya sea desde lo aprendido en la academia, lo que comprenda desde la comunidad y lo que vea que nació desde lo empírico, los avances del organismo deportivo; es una relación entre todas estas, la que me permitirá adelantar las tareas necesarias para que la OSP se proyecte más y llegue a ser la mejor del departamento.

En la actividad a realizar, definitivamente estaremos todo el tiempo haciendo la tarea de la comunicación, una actividad que realizamos a diario y no quizás no le damos el valor justo, dentro de la comunicación conoceremos lo que en este caso implica para el club deportivo sus fortalezas, sus debilidades, su misión, su visión, los logros obtenidos, la proyección a corto y largo plazo, y todas las necesidades del mismo.

Así también conoceremos lo que implica la actividad, para la comunidad, que es para mí, la principal razón de ser, los niños, jóvenes, sus familias y la sociedad que les rodea.

Escuchar otros formadores deportivos y saber sus opiniones con respecto a la labor de la organización deportiva Club Huila Patina y saber qué aportes también pueden brindar desde su experiencia y desde la exigencia actual en el mundo deportivo. Y para todo este proceso es importante la comunicación asertiva, el acercamiento mediante algún medio de comunicación, alguna red social, o algún otro vínculo para llegarles a los más indicados y hacerles saber la intensión del club y sus metas, en retorno de la misma comunicación conocer cuál es la respuesta de los actores sociales implicados. Y después de este feedback analizar lo que se tiene y lo que se puede hacer con los recursos o en su efecto seguir buscando más conexiones por medio de otras comunicaciones hasta lograr los objetivos previamente trasados con la organización deportiva.

Los modelos de comunicación se basan en transmitir una información de un emisor a un receptor mediante un canal, pero no se debe quedar como si fuera a pasar una pelota de béisbol del 'pitcher' al 'catcher', la comunicación debe ser más bien una relación (Wilbur Schramm, s.f., citado por Beltr, 2007. p.7.).

Y allí estoy de acuerdo con el autor, es la afinidad con las personas, en el contacto desde lo humano lo que nos permitirá entrar a descubrir lo que sucede y lo que se puede hacer por la OPS escogida.

Implicación

Tabla 3

Diario de Campo

OSP: Club Deportivo “Huila Patina” Hora inicio: 6:00p.m. Participantes: Gustavo Andrés Valbuena Presidente Club Deportivo Huila Patina	Instrumento de recolección de información: Entrevista Hora finalización: 8:30p.m.	Fecha: 18 mayo de 2024 Lugar: Patinódromo Investigador: Martha Yanet Valbuena Estudiante UNAD
---	---	---

Fecha	Descripción (de la observación)	Interpretación (de la observación)	Desahogo (¿Qué siente el investigador frente a lo observado?)
11 de mayo de 2024	Llegada al lugar de entrenamientos (Patinódromo)	<p>Pudimos realizar un análisis del acceso al lugar y los dos escenarios están bien ubicados, las personas pueden llegar tanto en moto como en carro, los niños son llevados por sus padres o familiares quienes se quedan la mayoría del tiempo con ellos en los entrenamientos.</p> <p>Por ser clima cálido y las temperaturas son altas, los entrenamientos se hacen de noche, la iluminación es buena.</p> <p>Los dos escenarios son al aire libre, no son cubiertos entonces el aire es fresco en las noches.</p> <p>Los entrenamientos en el día son bastante agotadores por el sol. Los niños deben estar protegidos con bloqueador y sus trajes son manga larga para protegerlos del sol.</p>	<p>Sería interesante que se pudiera entrenar en un lugar cubierto, la inclemencia del clima en Neiva es agotadora, el calor hace que el cansancio de los deportistas sea más alto. Así mismo al estar ubicado en un lugar cercano a las vías de la ciudad, el ruido y el paso constante de personas que se acercan a la pista es un poco inoportuno para los deportistas, se dispersan de la actividad y pierden conexión con lo que están haciendo.</p>

Disposición de la persona encargada de la información (Presidente)	Siempre encontré en todo momento disposición total del grupo directivo del Club de patinaje, en especial del mismo presidente, su gran compromiso con los deportistas es motivador. Visita los lugares y está pendiente de sus deportistas en un 100 % en todo sentido, desde lo emocional, hasta lo deportivo.	Me transmite un compromiso serio de los líderes del club para con los jóvenes deportistas, no hacen un trabajo por salir del paso, es un trabajo o una labor realizada desde la pasión del deporte y el apoyo a la juventud Neivana.
Como inician la actividad deportiva (saludo, charla).	La actividad la realizan con un saludo una vez se encuentran todos en el horario establecido previamente. Se les dan charlas motivadoras a los deportistas e informativas de futuros eventos e igualmente a sus acompañantes.	Es importante que se mantengas lazos de conectividad con los jóvenes, no llegar solo a la práctica deportiva, sino a conectar con ellos como humanos y reconocer su entrega y compromiso.
Presentación personal y del equipo.	Siempre se ven con sus uniformes representativos del Club, sus patines acordes a sus edades, tamaños y peso, la disciplina se nota en todo. Uniformes acordes a la actividad deportiva. Los entrenadores y líderes igualmente se presentan acorde a la actividad.	La identidad de grupo dice mucho de todo el club, el ejemplo lo reciben de sus entrenadores y líderes, cada detalle hace parte de una disciplina y una entrega a lo que se hace. El director se asegura que los jóvenes sean organizados con sus uniformes y materiales usados en los entrenamientos.
Acompañamiento de padres de familia como actores sociales.	En cada momento o actividad deportiva los jóvenes siempre están en compañía de los padres o acudientes, quienes no se separan de ellos en ningún momento. (tema de seguridad, cancha	La figura de alguno de los padres en sus entrenamientos y competencias es de vital importancia, dice mucho de lo que apoyan y aman a sus hijos. La constancia hace que ellos sientan un

abierta). Los padres están pendientes de los niños y de los instructores por si requieren algo.

respaldo siempre, se esfuerzan por demostrar de lo que son capaces y del amor que le tienen a su disciplina deportiva. Es importante que exista una figura de acompañamiento familiar para el deportista. Como los espacios son abiertos pues los acudientes ayudan a estar al pendiente de sus hijos, que no entre algún extraño y los confunda o los intimide. (se debe tener un poco más de seguridad en estos ambientes).

18 de mayo
de 2024

Debido a la exigencia de este deporte, el patinaje; existen accidentes normales dentro de los mismos entrenamientos como los que también pueden suceder en las mismas competencias.

Estando en una actividad de entrenamiento, se presentó una caída múltiple, dos niñas estaban muy golpeadas, pero fueron asistidas de forma inmediata por los entrenadores del Club Huila Patina, incluso también por otros entrenadores de los otros clubes que se acercaron a colaborar. Una camaradería de colegas que solo me dejó la impresión de la preocupación que tenían por las deportistas, sin importar de que club eran.

Durante esta visita a la OSP, se presentó una caída grupal en donde unas deportistas se lastimaron, pero me sentí muy tranquila cuando pude ver el profesionalismo de cómo eran atendidas, por los miembros líderes de todos los equipos que estaban en la pista. Los padres de familia trataron de auxiliar, pero los entrenadores se encargaron de ellas hasta que se recuperaron. Las niñas se sintieron muy tranquilas y protegidas, se levantaron y ya se fueron a casa con sus padres, no tenían alguna molestia de complejidad.

Otras prácticas o pausas activas dentro del entrenamiento o en el cierre del mismo.

Los entrenadores deportivos del Club realizan charlas con los niños y jóvenes del equipo, con respecto a su vida persona, como se sienten, como esta su colegio, la relación con los padres, como se sienten dentro del equipo en términos generales. Se les indica sus avances, y los del equipo y se les informa sobre sucesos próximos que tienen que ver con su actividad. Se les inculca todo el tiempo sobre cómo llevar los temas de frustración cuando hay caídas o cuando pierden una competencia, así mismo se le habla sobre el respeto competitivo con los demás participantes de cualquier otro equipo. En esta oportunidad el líder del club me dio la oportunidad de hacer unas charlas con el grupo y de hacerles entender como sobrellevar las frustraciones en cuanto a las actividades diarias deportivas. Fue una actividad sencilla, pero se notaron los resultados de inmediato entre los niños.

Es importante lo que hacen como educadores deportivos pues no solo se enfocan en lo que es la práctica del patinaje y todo lo que esto conlleva, sino que crean lazos de relaciones sociales con los deportistas y acudientes.

La confianza que puede generar estos actores sociales hacia los jóvenes es de alta importancia, los chicos llegan a verlos como unas figuras importantes en sus vidas, a los cuales buscan para contarles sus cosas personales, sus temores, sus situaciones familiares y demás. Por ello la figura no solo como entrenadores sino a la vez como educadores o formadores sociales es tan importante. Desarrollar la charla entre los jóvenes y haciéndolo por primera vez me hizo sentir que de verdad estoy hecha para esto, para el contacto con la comunidad y en especial con la comunidad juvenil, que está llena de muchos vacíos, tanto familiares, como sociales. Entrar en la mente de un joven deportista es lograr entender por qué eligen un deporte o una actividad adicional en su diario vivir y me pude sorprender escuchar las respuestas que daban desde su ser.

Premios o estímulos a los deportistas, por su práctica y disciplina.	Los jóvenes deportistas son estimulados o resaltados en su grupo por la disciplina llevada durante las actividades, se les enseña o se les recalca que toda actividad se debe llevar con educación, orden, disciplina deben acatar las ordenes impartidas por sus lideres	Creo que para cada persona los estímulos son importantes, a todos nos gusta cuando nos dicen que hacemos las cosas bien y que seremos exitosos. Así mismo fue enriquecedor ver como el club se preocupa por estar dando ánimo a los jóvenes para que sigan haciendo muy bien su trabajo y sigan creyendo en ellos. Confirmarles que su disciplina los llevará lejos y serán exitosos siempre en lo que se propongan.
--	---	--

Nota. Elaboración propia.

Informe Sociopráxico

Cada actividad que realizamos en nuestro diario vivir conlleva unos parámetros, unas guías, una metodología para que los objetivos que se quieren lograr se puedan dar de la mejor forma. Esto lo vemos en la vida diaria familiar, en el ejercicio profesional en el campo universitario y así en las rutinas de nuestras vidas, pero muchas veces no nos detenemos a observar lo que pasa a nuestro alrededor y la cantidad de detalles, de factores, de actores sociales, de vínculos que hacen que estas actividades tengan un sentido y un porque o para qué.

En este ejercicio académico nos dimos cuenta de que, la socia praxis hizo parte fundamental de toda la actividad en general. Dentro de un trabajo mismo de campo con la OSP y así mismo en la ejecución de toda la fase, fue interesante ver desde las redes sociales académicas que se usaron para la fase, el desglose de lo que significa llevar a término la actividad para cada uno de los estudiantes.

Retomando el tema de la actividad y la relación del socio praxis en la OSP que trabajé, club deportivo Huila Patina y con referente a lo que dice el autor Villasante (2010): “la praxis comienza con ciertas dosis de vivencias” (p. 2), y eso fue lo que hicimos en la OSP, ir a los lugares de estas vivencias, sentir las actividades deportivas, compartir con los niños, jóvenes, padres y otros actores sociales implicados, participar, escucharlos para luego comenzar a reflexionar sobre las diferentes situaciones que se presentan desde los diferentes puntos de vista, y al final tratar de dar un diagnóstico a la OSP y de la experiencia en general a la Universidad.

Dentro de la socio praxis nos vemos como actores sociales importantes, en mi OSP club deportivo Huila Patina, me acogieron y me permitieron realizar charlas formativas para los jóvenes en la cual me sentí con mucha responsabilidad, no solo propia, sino por la representación de la Universidad, son dos factores a tener en cuenta, las experiencias vividas y la relación que tiene con la carrera de sociología, la vinculación de la comunidad; a su vez la relación mediante las plataformas de redes de comunicación, el impacto de lo subjetivo con lo objetivo y todo lo que esto implica.

Durante todo el ejercicio pensaba, cómo yo podría aportar más o contribuir con la OSP para que su labor fuera más destacada y sus jóvenes deportistas fueran más reconocidos por los otros clubes, esta sensación de vinculación me hacía sentir parte de ellos, es decir adquirí una vinculación sin saberlo y esto es la socio praxis para mí. “No estamos en la lógica de un sistema de conocimiento social pleno” (et. al, 2010. p. 4) y lo noté en la práctica del ejercicio con la OPS, se construyen las ideas o metodologías entre dos o tres profesionales, y no profesionales, cada uno hace sus aportes, todos muy valiosos, todos con el ánimo de contribuir al equipo, finalmente se toman decisiones con responsabilidad sabiendo que todo es por un bien común, en la actividad recibí comentarios

y preguntas de opinión propia sobre cómo mejorar las comunicaciones y allí comprendí el valor de mis aportes para dicha OPS, que sin ser una experta en sus temas profesionales, mi apreciación con respecto a todo lo visto y vivido en sus prácticas les servirían de gran ayuda. Así mismo como la comunidad se une con sus aportes para el crecimiento de su grupo deportivo, pues es algo que va a dar frutos positivos para toda la juventud Neivana.

No olvidemos la importancia de lo que significan las redes sociales en todo este proceso, dentro de la OSP como para la actividad universitaria. El apoyo que nos brindamos mutuamente con la OSP, durante toda la relación académica que hasta el momento llevamos, ha sido gracias a las redes sociales en su mayoría, los actos presenciales son de gran ayuda, para observar y analizar, pero los contactos gracias a las redes sociales son ventajas importantes para la agilidad de los procesos, tareas y compromisos entre las partes vinculadas.

Igualmente, la construcción de sus mismas redes ha ido evolucionando durante su trayectoria y se ha realizado a través de colaboraciones entre los actores sociales del grupo deportivo y la comunidad, han tenido que ir evolucionando en sus creencias o conceptos antiguos para enfrentarse a una realidad digital moderna que bien puede ser de mucha utilidad como también compleja. Como dice el autor Villasante, (et. al, 2010):

"No siempre construimos iguales sentidos con las mismas palabras, y en eso hay que estar abiertos, la vida cambia, no todos pensamos igual, la vida nos lleva en un aceleración digital absurda sí, pero si no nos subimos al carrusel nos perderemos de la aventura". (p. 7).

Eso traté de indicarles en las actividades, se deben hacer cosas diferentes para destacar la marca, para marcar una diferencia con los otros clubes, y todo se puede lograr con la sociopraxis.

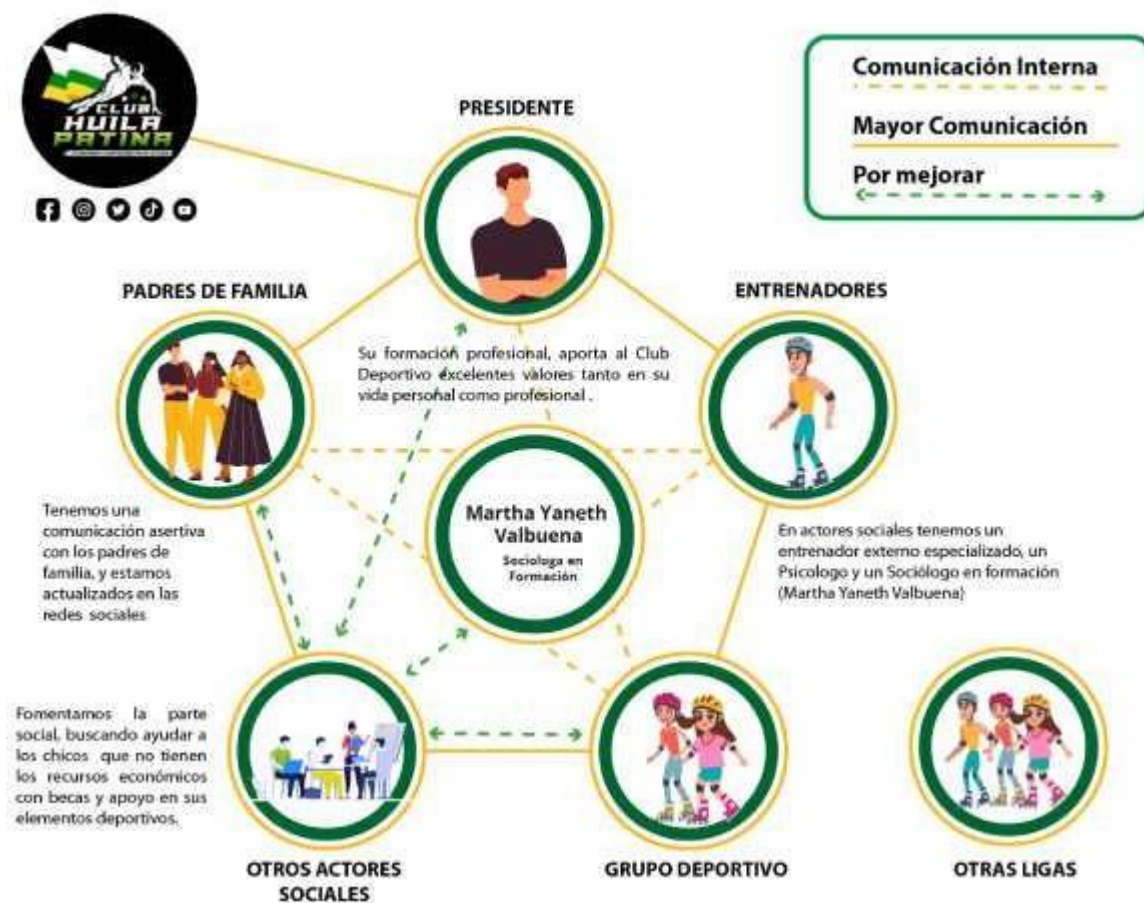
Continuando en la línea de la comunicación y las redes sociales, Vélez (2008) afirma que: “podrían ser un impedimento para entender la comunicación como redes sociales o las redes sociales como comunicación” (p.14.), en realidad yo que estoy en una mitad de vida y que adicional estudie comunicación y relaciones públicas, digo que vivimos muchos años sin las redes sociales digitales, las teníamos sí, claro desde siempre han existido hacemos redes sociales cuando algunos cuantos pertenecemos a algún grupo en particular, o cuando compaginamos en gustos similares, o actividades, en este caso los actores sociales que se vinculan en el club deportivo, pero no por ello podemos decir que sin redes sociales digitales no se podría vivir. No negaremos que la tecnología es de un gran impacto en la sociedad y que nos lleva a un trote vanguardista alto y a una velocidad sin límites y en gran parte es bueno, pero así mismo nos vuelve deja en el abandono si no permanecemos el ella.

Las comunicaciones pueden estar desde el imaginario, las redes sociales necesitan ese ser, que crea todo desde su mente, para moverlas en digital, se necesitan mutuamente para qué hacer una comunicación única.

Construcción

Figura 1

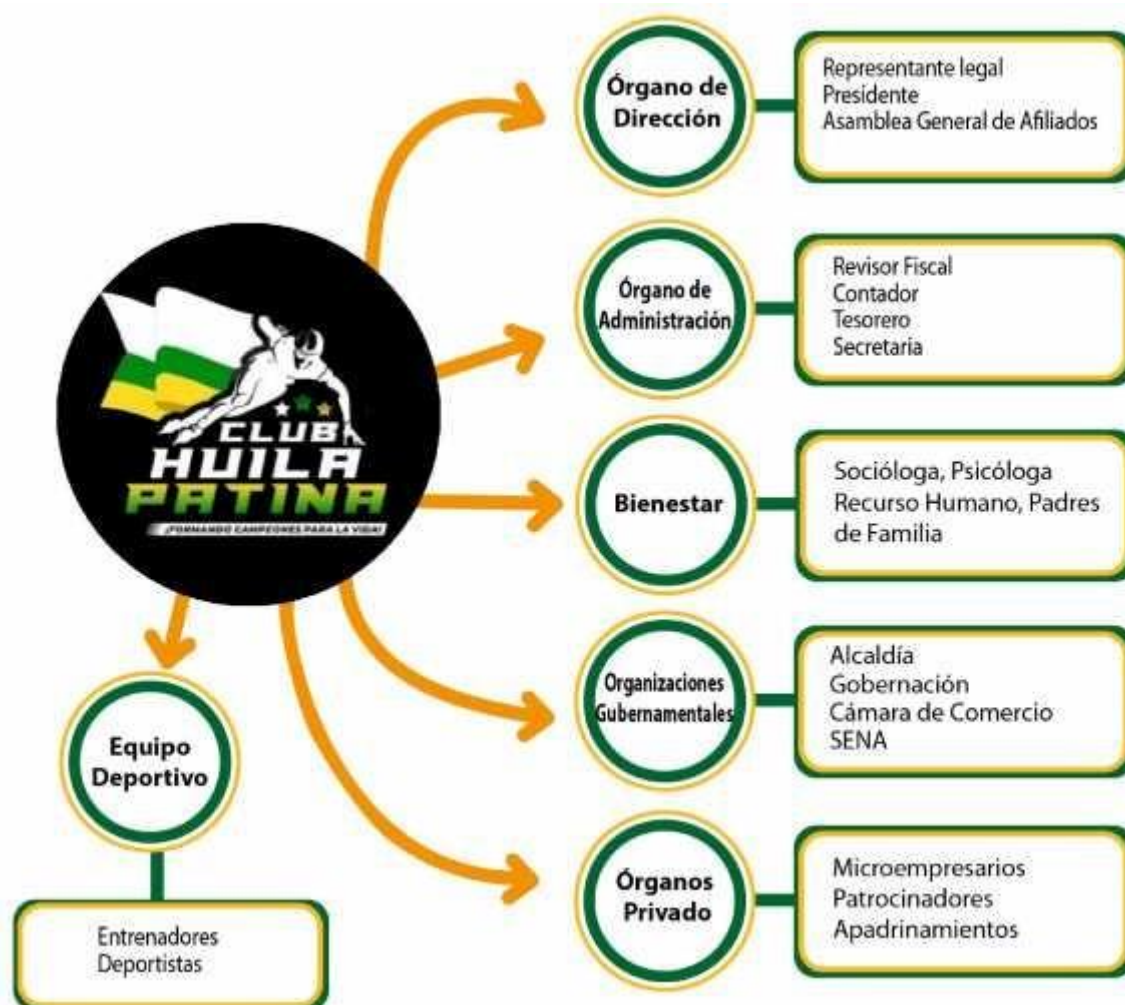
Sociograma de Relaciones Comunicacionales



Fuente. Elaboración propia.

Figura 2

Conjunto de Acciones



Fuente. Elaboración propia.

Tabla 4*Matriz de Posicionamiento de Actores Internos y Externos de la OSP*

Clases o Actores sociales	Afín	Diferente	Ajeno	Opuesto
Directivos /Internos	Un grupo dispuesto a entregar el cien por ciento de su conocimiento al Club Deportivo, con el ánimo de cumplir los objetivos trazados que son la razón principal de la creación de dicha organización deportiva en la ciudad de Neiva.	Adicional al tema deportivo y los ingresos que pueda generar el Club, los directivos buscan una formación integral en el grupo deportivo que se destaque de los otros clubes.	No veo nada ajeno al compromiso de la OSP, todos los organismos, que aquí entran, Presidente, Junta Directiva, Administrativos, están enfocados en ir hacia la misma dirección.	Consolidar la comunicación interna entre los directivos.
Bienestar /Internos	Este es un grupo muy importante dentro de la organización, busca la formación a los deportistas y acompaña su bienestar desde su pedagogía con psicólogo y socióloga en formación.	Los especialistas están unidos con actividades relacionadas al manejo de las emociones, frustraciones dentro y fuera de la OSP, en especial, trabajando con el grupo o equipo deportivo y sus padres.	Algunas personas olvidan lo importante de la integridad del individuo y aquí se pierde la conexión con lo humano, cuando solo se piensa en una ganancia para el Club, no pasa, pero precisamente se debe seguir protegiendo lo humano antes de lo capital.	Mas apoyo de las entidades gubernamentales al respecto. La OSP si está comprometida.

Equipo Deportivo /Internos	<p>Es el grupo líder de la OSP sin ellos no existimos, aquí están los niños, y jóvenes deportistas, los patinadores, y su grupo de entradores y preparadores físicos. Son el corazón del club.</p>	<p>Realizar más actividades sociales fuera de la OSP que permitan distraer a los deportistas.</p>	<p>Mejorar la pedagogía y el lenguaje que usan los entrenadores con los deportistas, más formación al respecto.</p>	<p>Revisar lo que hace la competencia para que podamos analizar si la OSP debe mejorar o si por el contrario están en la dirección correcta.</p>
Gubernamentales /Externos	<p>En este grupo encontramos la Alcaldía, la Gobernación, La liga deportiva, que son solo entes de control.</p>	<p>No son cercanas a la OSP pues solo aparecen en acción cuando existen competencias deportivas, para fines de legalidad.</p>	<p>Es distante la relación entre la OSP con las entidades gubernamentales, siempre manifiestan falta de apoyo.</p>	<p>En otras ciudades o países las entidades gubernamentales buscan apoyar más a los Clubes deportivos, con el ánimo de motivar la población juvenil.</p>
Padres De Familia /Externos	<p>Un grupo prioritario, el rol de este es velar por el bienestar de los deportistas, permanecer en apoyo constante con los jóvenes, desde sus hogares y en el club y estar atentos a las actividades que este realice.</p>	<p>Están en constante comunicación y sus aportes son valiosos para toda la OSP. Realizan actividades importantes que vinculan a todos los actores sociales, recordando el compromiso y el objetivo principal.</p>	<p>Mas vinculación de otros actores, que tomen conciencia de la importancia del trabajo en equipo.</p>	<p>Mas pedagogía para comprender que todos tienen pensamientos distintos pero que trabajando en equipo se pueden consolidar las mejores propuestas para el club.</p>

Privado /Externos	<p>Son Actores importantes que hace parte de la OSP, es un grupo importante que de una u otra forma respalda al grupo deportivo con incentivos, premios y aportes de implementos deportivos y cualquier otro requerimiento que tenga la OSP.</p>	<p>Pueden pertenecer a cualquier grupo social, no tienen obligación con el la OSP lo hacen de manera voluntaria.</p>	<p>No hay un vínculo legal de ninguna razón alguna.</p>	<p>No aplica.</p>
-------------------	--	--	---	-------------------

Nota. Elaboración propia.

Tabla 5*Matriz Comparativa*

OSP	OSP Club Deportivo Huila Patina	OSP 1 Fundación Cali es Cali	OSP2 Fundación Alex Cujavante Luna	OSP3 Fundación social Cooplarosa
Aliados	Afiliados Gobernación del Huila Alcaldía de Neiva, Hobo entre otros	Donantes	Club Deportivo Patin Kribe Club PKC	Cooperativa La Rosa Afiliados a la Liga Risaraldense de Patinaje
Antigüedad	2 años	10 años	7 años	8 años
Descripción de sus redes sociales	Club deportivo tiene enlace con todo el portafolio de la Fundación, junto con la relación de los diferentes programas de inicio con el deporte, en donde se quiere promover, facilitar y fomentar el desarrollo de centros de iniciación y formación deportiva y la participación en actividades lúdico- recreativas y deportivas de los deportistas del Club, en especial de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes	Club deportivo con énfasis en patinaje de carreras, realizan un ofrecimiento de servicios de escuela básica e iniciación deportiva enfocada en patinaje de velocidad, así como formación deportiva en otros deportes.	Programa recreo deportivo de patinaje, con espacios para desarrollar habilidades y destrezas físicas, ser líderes de cambio positivo para la sociedad.	Fundación social Cooplarosa incluye al deporte como uno de sus ejes más importantes en el Club deportivo. Mencionan que la fundación no es solo deporte, sino que es una opción con servicios sociales que transforma vidas.

Fines u objetivos (Misión y Visión)	Es un Club deportivo con el objeto de fomentar y patrocinar la práctica de la Disciplina del PATINAJE en el Municipio de Neiva, e impulsar programas de interés público y social.	Es un club deportivo que inicia el proceso de entrenamiento de adentro hacia fuera, empezando por el Ser, fortalecemos la autoestima para mejorar la autonomía del patinador además del mejoramiento físico y buscamos alcanzar los objetivos de alto rendimiento deportivo y profesional motivados permanentemente a propiciar aprendizajes con material metodológico e innovador en cada sesión de entrenamiento.	Organización sin fines de lucro; programa Recreo - Deportivo de patinaje dedicada a velar por los derechos de cientos de niños niñas y adolescentes a través de proyectos sociales actividades lúdico deportivas formativas y resocialización como motor de construcción de tejido social que promueve la transformación comunitaria y el mejoramiento de la calidad de vida. Como herramienta de transformación social, social que beneficia a niños y adolescentes entre los 5 y 12 años de edad.	COOPLAROSA en el 2023, será una cooperativa flexible y generadora de valor, reconocida por sus grupos de interés por su agilidad, calidez en el servicio, compromiso con la mejora continua y sostenibilidad. Contamos con escuelas deportivas en las disciplinas de patinaje, hapkido y taekwondo. Ofrecemos tarifas preferenciales para asociados y beneficiarios
-------------------------------------	---	---	---	---

Fuentes	<p>Instragram: https://www.instagram.com/clubhuilapatina?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==</p> <p>Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=100094115457599&sk=mentions</p>	<p>Página Web Cali es Cali Club de patinaje https://caliescali.com.co/formacion-patinaje/ Instagram: https://www.instagram.com/patinajecali/?hl=es</p>	<p>Diario La Libertad: https://diariolalibertad.com/sitio/2024/06/12/fundacion-alex-cujavante-luna-la-huella-de-un-campeon-del-mundo/</p> <p>Instragram https://www.instagram.com/fundacionalexujavante?igsh=MTVnc2V3ZXg3Z2x6ZQ%3D%3D</p>	<p>Pagina web Semilleros deportivos: https://semillerosdeportivos.com/fundacion-social-cooplarosa-una-apuesta-al-deporte-y-la-cultura/</p> <p>Pagina web Cooperativa la Rosa: https://www.cooperativalarosa.co.op/deporte</p> <p>Instragram https://www.instagram.com/fundacioncooplarosa?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==</p> <p>Facebook: https://web.facebook.com/Fundacionsocialcooplarosa/?locale=es_LA&_rdc=1&_rdr</p>
Localización	<p>Neiva Carrera 45 # 21 a 28 La Rioja</p>	<p>Cali CR 55ª no 6ª-185</p>	<p>Barranquilla Calle 98B #50-39 Parque bosques del norte Patinodromo Unidad El pibe Valderrama Cancha central parque Adelita de Char Etapa II</p>	<p>Risaralda Calle 33 # 14-02 Dosquebradas</p>

Miembros	Entrenadores Patinadores Padres de familia	Entrenadores Patinadores Padres de familia	Alex Cujavante Luna campeón mundial de patinaje Entrenadores Convenio con Club Deportivo Patin Kribe Club PKC Patinadores Padres de familia	Directora de la fundación y del Club deportivo Adriana Milena Rendón Rendón Deportistas Entrenadores Monitoras de patinaje Patinadores Padres de familia
Proyectos desarrollados	Programa Selección de talentos I Festival Recreacional Departamental de Clubes de Patinaje de Carreras	Sexto festival de patinaje	Festival de carreras Programa social comunitario de la Fundación ACL	Proyecto Navidad
Tipo de comunidad ética	Formando campeones para la vida, trabajando con niños y adolescentes de distintas regiones del departamento del Huila	Menciona Formamos al ser antes que el deportista. Fundamentan motriz, técnica psicológicamente al patinador, desde el nivel inicial hasta permitir la consecución de altos logros o resultados.	Menciona Utilizando adecuadamente su tiempo libre extracurricular, los jóvenes desarrollan habilidades físicas, motoras, cognitivas y socioafectivas a través de la práctica del deporte del patinaje.	Menciona Club deportivo para desarrollar habilidades y destrezas para la vida

Nota. Elaboración propia.

Informe de Investigación

La organización social participativa Club Deportivo Huila Patina es una entidad que pese a su poca trayectoria ha logrado ya algunos reconocimientos significativos gracias a la habilidad de los patinadores en las carreras y torneos a nivel departamental y nacional,

estos jóvenes que han sido entrenados con un enfoque dirigido a formar campeones para la vida.

Esta comunidad de estudiantes, entrenadores profesionales, padres ha hecho que se llegue a consolidar un gran equipo fortaleciendo el espíritu de los competidores, sin embargo, dentro de la red comunicacional que acompaña a la OSP es necesario profundizar en la incorporación de nuevos sujetos que puedan aportar aún más a la comunidad.

“Cuando nacemos, con el inicio del proceso de socialización, y la incorporación a los grupos sociales primarios, en potencia, estamos comenzando a formar parte en el entramado de más de una red social” (Martínez, P., Grandío, P., & Grandío, P., 2011, p. 25)

Y es allí donde entra la pregunta de la cual hacemos parte dentro del presente informe y es cual es la propuesta y el verdadero aporte de las formas comunicacionales para aportar a la sociedad, hablaremos entonces del Club deportivo y su interés de promover, facilitar y fomentar el desarrollo de centros de iniciación y formación deportiva y la participación en actividades lúdico-recreativas y deportivas de los jóvenes, luego traer a colación la construcción social desde la perspectiva de la comunicación y finalmente analizar la crítica a la necesidad de la comunicación para el club y su conjunto social.

Parte de la red de relaciones que sostienen los líderes del Club Huila Patina con otros miembros de organizaciones públicas y privadas encaminadas a la formación de jóvenes en el deporte y su crecimiento personal, ha sido desarrollado en talleres, seminarios académicos de igual forma entrenamientos y eventos deportivos en los distintos municipios del departamento, estos codos han hecho posible que el club tenga aún más reconocimiento y alcance para determinadas alianzas y progreso en marca.

Dentro de las participaciones que se han llegado a acompañar a los deportistas está el Torneo Nacional Davalos 2024 en donde se coronaron subcampeones, teniendo un

resultado positivo con el programa selección de talentos en donde se abordan diferentes escuelas de los municipios aledaños a la ciudad de Neiva.

Esto ha representado un incremento en reconocimiento tanto a los deportistas como los líderes del Club en instancias departamentales, cercanías con nuevos clubs con los cuales formar relacionamiento y nuevos vínculos. Entre este desarrollo son más de 900 integrantes de la comunidad deportiva que día a día incrementa, por su parte los padres de estos deportistas también son un eje fundamental en el desarrollo de la OSP son ellos quienes con diferentes formas han logrado irradiar el buen desempeño y los logros que ha tenido el Club gracias al compromiso de sus hijos.

Son los padres quienes han hecho efectivamente un reconocimiento al liderazgo de esta iniciativa de formación de la OPS, mediante el acompañamiento de sus hijos a los entrenamientos y competencias, dentro de la formación de los entrenadores del presidente del Club, y de los aportes externos que se brindan al equipo para fortalecerlo y acompañarlo en su desarrollo social, ético y multidisciplinario.

Sin embargo, con lo consolidado por la OSP hasta el momento no es clara la forma en la que está establecida la red comunicacional, pues al no tener mayor divulgación o visualización este programa no obtendrá mayores ingresos de sus afiliados y por ende una mayor capacidad de obtener excelentes deportistas que acompañar en la región.

El desarrollo efectivo de estos menores en la interacción con el deporte entra en juego cuando hablamos de las políticas internas lideradas por los gobiernos en cada municipio y departamento, junto con las líneas de gobierno frente a la implementación de programas enfocados a las habilidades y prácticas dentro de las diferentes disciplinas deportivas en el país.

Es por ello que, cuando vemos el análisis de redes como aproximación al conocimiento de las relaciones, “el principio del análisis no son los individuos ni los grupos, sino las relaciones y las redes de relaciones, los grupos surgen ...de las redes de relaciones y están cruzados por la pertenencia de sus miembros a distintas redes” (Garrido, 2001. p. 7)

Como lo dice el autor esta pertenencia a las redes de relaciones hacen necesaria la puesta dentro de la nueva modalidad digital, del acercamiento a las redes sociales como “estructuras creativas y activas... las estructuras disipativas tienen dos características muy significativas: comunicación y adaptación”. (Manrique, 1990. p.75. citado por Gutiérrez, 1990. p. 130)

La necesidad de encaminar el deporte como una nueva visión de los niños niñas y adolescentes, vinculando nuevas formas de comunicación y de vinculación con los sujetos que las representan, se fundamenta en el objeto del Club de la OPS, en Promover, facilitar y fomentar el desarrollo de centros de iniciación y formación deportiva y la participación en actividades lúdico-recreativas y deportivas de los deportistas del Club, aunado a establecer los canales de comunicación necesarios para el desarrollo de sus actividades deportivas.

Fundamental se vuelve entonces, como Cueto (2007) menciona: “la comunicación como estrategia de educación masiva cumple un papel fundamental en la búsqueda de esa transformación social” (p. 32) también para los terceros y para la sociedad que consideran importante la creación de espacios seguros con características particulares que logren fomentar el desarrollo integral de los menores y el del reconocimiento de la comunidad, el poder crear no solo beneficios para los deportistas, el Club y sus integrantes sino el de todo un departamento que sea reconocido a nivel nacional e inclusive internacional.

El desarrollo viene entonces relacionado con la comunicación como:

“Una estrategia de desarrollo que aplica enfoques de comunicación puede revelar las actitudes silenciosas de la gente y su sabiduría tradicional, al mismo tiempo que ayuda a la gente a adaptar sus perspectivas, así como a adquirir nuevos conocimientos y habilidades y propagar de forma masiva, nuevos mensajes con un nuevo contenido social para públicos más amplios”. (Fraser, Villet, 1994, s. f., citado por Deane, 2004)

Las nuevas teorías de desarrollo han fortalecido a esas formas en las que nos comunicamos, es por ello que los medios digitales modernos son una apuesta por el crecimiento y desarrollo de diferentes sectores empresariales y como es del caso para organizaciones sociales que tienen un objetivo claro de formación.

Estas nuevas herramientas de la tecnología apremian la comunicación participativa en donde la interacción desligada de la forma tradicional hace posible el intercambio asertivo de la información que se quiere exponer, como Mefalopulos y Barros (2022) mencionan “el fin o propósito de la comunicación participativa no es simplemente transmitir información de un punto a otro, sino compartir experiencias y percepciones entre todos los que hacen parte del proceso”.

El proceso de comunicación en la OSP, Club huila patina, inicia desde los líderes quienes dan muestra de los entrenamientos las funcionalidades y capacitación integral que se les brinda a los deportistas, esto mediante publicaciones videos y entrevistas que se realizan con los entrenadores y los mismos estudiantes. La labor continua de consolidar un dialogo eficiente entre los actores, implica que ese dialogo sea eficiente conforme a las necesidades de las comunidades.

La venta del producto, la marca y la función social que se desarrolla en la OSP, hace que se vea la necesidad de mejorar sus buenas prácticas comunicacionales, con el fin de

tener un mejor y alto impacto con la comunidad. La vinculación que se debe dar con la sociedad o los nichos sociales que pertenecen a ese núcleo del deporte de enfoque transformador a los menores, es un trabajo que actualmente viene realizando la organización con entidades públicas y privadas.

Mediante esta transformación cultural, la comunicación debe tener mayor visibilidad con la propia transformación que han desarrollado los deportistas en sus diferentes núcleos sociales, ese progreso y mejora continua permanente que se ha reflejado en casa, en el colegio, en la familia, en espacios sociales que se desarrollen, entre ellos mismos como un nuevo círculo social.

Nuevas plataformas de consulta o de interacción mediante otras redes sociales, pueden llegar a mejorar esa asertividad con la que la OSP puede llegar a tener o generar una mejoría en sus interrelaciones, fortalecer de igual forma el objetivo del Club, en aquellas plataformas aquello que se quiere mostrar ese alcance o ese aporte, manejando esa innovación y esa modernidad aplicada, en el cómo se transfiere la información.

La necesidad de organizar y transformar esa nueva forma de comunicación social como lo menciona Cueto (2007): “para facilitar los procesos de cohesión social haciendo del desarrollo un modelo que deje de lado únicamente el crecimiento económico para plantear formas de vida que tengan como principal objetivo el mejoramiento de los vínculos entre los individuos”. (p. 41)

Esta propuesta sería mediante un acompañamiento con un plan estratégico organizacional claro de comunicaciones que le permita a la OSP potencializar sus afiliados, la identidad como marca deportiva reconocida en el departamento, evidenciando las destrezas de los expertos entrenadores responsables de formar a estos jóvenes líderes deportistas.

Proyección

Desde la construcción textual de este informe se debe considerar el mismo como un texto científico, ya que cumple la triple finalidad que Walter Beller (2018) presenta en su libro Elementos de Lógica Argumentativa para la Escritura Académica.

Los textos científicos son consecuencia del desarrollo mismo de alguna investigación y usualmente, tienen una triple finalidad

Proporcionar al lector información sobre datos o situaciones que no se conocían antes.

Exponer y mostrar al lector un punto de vista novedoso, en algún sentido, Intentar convencer al lector de algo: de que el punto de vista que propone el autor tiene méritos suficientes para ser considerado y valorado. (p. 16).

Estas finalidades se han cumplido en el desarrollo de mi investigación, toda vez que se presenta no sólo a la comunidad académica, sino a los intervinientes de la OSP y basada en el análisis diagnóstico, situaciones poco conocidas o de poca conciencia de su existencia por parte de los actores de la OSP, a partir de mi conocimiento y de dichas situaciones, presentar mi punto de vista como profesional en el tema de Redes de Comunicación y finalmente, presentar a los lectores, un punto de vista valioso sobre la situación detectada y las posibles soluciones o alternativas de mejora.

Dentro del mismo proceso el autor en referencia afirma que, toda Investigación desarrolla tres fases distintas y complementarias a saber: Acotación, Dilucidación y Respuesta al problema objeto de investigación, para luego realizar la sistematización de resultados, finalizando con la comunicación científica de los logros que, a su vez, serán la base para nuevas investigaciones. (et al. p. 17)

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, a continuación, se cumplirá la última fase del proceso descrito, toda vez que presentaré la posible respuesta al problema de investigación, mediante una Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional que representa el logro último de mi investigación con la OSP seleccionada.

Como se puede evidenciar en los capítulos anteriores, lo primer que realicé fue un análisis de las características calificables de las Organizaciones con las cuales seleccioné de entre ellas, aquella cuyo perfil se ajustaba a las necesidades de esta investigación; a partir de allí se consideraron diferentes aspectos importantes para poder llegar a la construcción final de la estrategia de mejora. Esta actividad corresponde a la consideración de que, el proceso de diseño de una estrategia de comunicación empieza en el campo con la recolección de datos, conociendo a la comunidad e intercambiando información. El análisis de los datos es un proceso permanente que requiere revisar en campo todos los datos de una manera exhaustiva para estudiar en profundidad la validez de estos hallazgos. Es importante recolectar toda la información de la comunidad con ellos mismos para tener sus opiniones y sus percepciones claras y representarlas con propiedad. (Mefalopulos & Kamlongera, Manual Diseño Participativo para una Estrategia de Comunicación, Segunda edición, 2008)

El término “Estrategia” en el marco de esta investigación, está basada en la definición presentada por Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible – CIMAS (2009) que considera la Estrategia como un conjunto de acciones que tiene como propósito alcanzar los objetivos planificados, en un determinado escenario futuro deseado y con los recursos disponibles. (p. 78)

Considero que esta definición es acertada para mi trabajo, toda vez que éste nace de un proceso participativo en el que, las percepciones de los integrantes de la OSP que

participaron en las diferentes fases han permitido dibujar un espectro importante y muy acertado de la realidad del Club de Patinaje, toda vez que, en la comunicación las percepciones pueden ser inclusive más importantes que la realidad ya que, lo que ésta cuenta no es lo que es, sino lo que la gente percibe que es (Mefalopulos & Kamlongera, 2008). La posición de lograr una construcción participativa es apoyada por el Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible – CIMAS (2009) quienes afirman que, un proceso participativo conlleva la devolución de la información a la misma población para que, debidamente apoyada por técnicas adecuadas, sea ésta la que profundice, priorice y planifique sus propias estrategias de superación. (p. 35)

Por esta razón, realicé unas entrevistas diagnósticas a cada uno de los representantes de la OSP seleccionada que nos permitieron establecer tanto los puntos fuertes de la organización como las posibles oportunidades de mejora que tiene la OSP. Para ello, se diseñó el Sociograma de Relaciones Comunicacionales que, de manera gráfica presenta los actores que intervienen en el funcionamiento de la Club de Patinaje y las relaciones de comunicación existentes o inexistentes entre ellas. De la misma manera, se graficó qué tan fuertes pueden ser o no dichas relaciones como una manera de determinar canales y relaciones existentes y a fortalecer ya que, son vitales para el éxito de una estrategia de comunicación, la correcta identificación, la formulación y la evaluación de los problemas centrales. (Mefalopulos & Kamlongera, MANUAL DISEÑO PARTICIPATIVO PARA UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN, Segunda edición, 2008)

Dado que lo primero que es necesario investigar y conocer cuando se va al campo, son las Necesidades, las Oportunidades, los Problemas y las Soluciones –NOPS de la población (et al, 2008) y considerando todo lo anteriormente expuesto junto al hecho de haber realizado tanto las entrevistas como la Red Comunicacional, procedí a establecer

mediante una matriz, las NOPS posibles que enfrenta el Club como punto de partida para la construcción de la estrategia.

Tabla 6

Matriz NOPS

Necesidad	Oportunidad
Lograr mayor visibilidad tanto del club como de sus deportistas y sus logros ante la ciudadanía Neivana.	<p>Formalización de una línea Whatsapp para comunicación con actores externos.</p> <p>Transmisión en directo, en tiempo real de las actividades del club en redes como Tik Tok y YouTube.</p>
Vincular activamente a la comunicada circundante a las actividades tanto deportivas y sociales del club.	<p>Incluir a otros actores sociales en la planeación y ejecución de actividades tanto extra entreno, como competitivas.</p> <p>Vincularse a otras causas sociales que permiten alianzas beneficiosas para el crecimiento del club.</p>
Mejor financiación de las actividades deportivas en la que participan los deportistas	<p>Realizar acercamientos con actores relevantes del patinaje para lograr alianzas estratégicas tanto de financiación como de patrocinio.</p>
<i>Problemas</i>	<i>Soluciones Posibles</i>
Otros actores sociales presentan una débil comunicación con el presidente del club, el grupo deportivo y los padres de familia.	<p>Oficializar una línea Whatsapp institucional que agilice la comunicación con los líderes del Club,</p> <p>Crear mesas de trabajo con otros clubes para planear actividades deportivas y recreativas que fortalezcan y visibilicen el patinaje en Neiva.</p>
No existe comunicación alguna entre el presidente del club, los entrenadores y otros actores sociales con las otras ligas.	<p>Planear y ejecutar actividades recreativas y demostrativas para la comunidad cercana y los actores sociales externos.</p>
La pedagogía y el lenguaje que usan los entrenadores con los deportistas es un tanto débil e inapropiada para el tipo de actividad que desarrollan.	<p>Generar un plan de capacitación pedagógica para los entrenadores vinculados al club.</p>

Nota. Elaboración propia.

La determinación de las NOPS me permitió centrar mi atención en los puntos neurálgicos y tras ellos, pude establecer los objetivos que guiarán el camino a la generación de una estrategia apropiada y benéfica para el club.

Identificadas las falencias organizacionales y comunicaciones de la OSP, procedí a analizar, separar y seleccionar, aquellas que pueden ser solucionadas mediante la comunicación y el fortalecimiento de su red, teniendo en cuenta lo expresado por los autores anteriormente mencionados, quienes afirman que, cuando se evalúa la situación en el campo y se investigan los factores responsables de los problemas la lista será larga, razón lo cual se debe primero que todo, separar los problemas que pueden tratarse con la comunicación y los que no. (et al. p. 24.)

Con este camino de separación y selección de oportunidades me permitió generar los siguientes objetivos, teniendo en cuenta las necesidades y los problemas a resolver: Fortalecer las competencias Organizacionales y Comunicacionales del Club de Patinaje “Huila Patina” durante el año 2025.

Como objetivos específicos:

Establecer relaciones dinámicas y participativas con actores externos aportantes al desarrollo activo del club Huila Patina para el 2025.

Alcanzar al menos un aliado financiador estratégico en el 2025.

Incrementar la motivación y participación tanto de jóvenes como de comunidad en general.

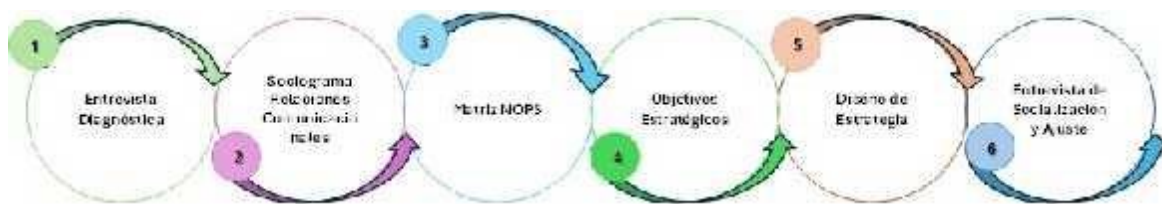
Definidos los objetivos, las oportunidades de mejoras y atendiendo las necesidades y percepciones manifestadas por los participantes, procedí a plantear actividades que fortalezcan la OSP proyectando crecimiento y perdurabilidad del Club. Siguiendo la importancia de una construcción participativa, me reuní nuevamente con los representantes

de la OSP para socializar la estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional propuesta; de esta manera, tomé retroalimentación directa de los actores, permitiéndome ajustar de ser necesario, el planteamiento de estas actividades y lograr una aceptación por parte de la OSP, garantizando la efectividad de la misma y considerando que, para incrementar las oportunidades de éxito para la estrategia de comunicación es necesario asegurar que las raíces de los problemas identificados y seleccionados pueden ser tratadas efectivamente a través de intervenciones de comunicación y que son las más significativas. (et al. p. 26)

Cuando prioricé las actividades que se pueden mejorar mediante la comunicación, tuve en cuenta no sólo dicho factor sino, los recursos con que cuenta el club y los actores, no sólo como fuentes de información y retroalimentación sino también como actores – ejecutores de la misma, toda vez que, sólo la comunidad directamente relacionada puede desarrollar las actividades planteadas de la mejor manera, ya que comparten la visión del club.

Figura 3

Secuencia Lógica Creación de la Estrategia



Fuente. Elaboración propia.

La estrategia presentada consiste en completar y fortalecer las redes comunicacionales entre los actores internos y los actores externos, para lograr el fortalecimiento, crecimiento y la visibilidad del club de patinaje; para ello, las actividades propuestas son:

Tabla 7*Relación Oportunidad de Mejora y Acción de Mejora*

Oportunidad de Mejora	Acción de Mejora Propuesta	Recursos y Responsable
Otros actores sociales presentan una débil comunicación con el presidente del club, el grupo deportivo y los padres de familia.	Formalización de una línea Whatsapp para comunicación con actores externos.	Recurso: Teléfono y línea organizacional. Responsable: Presidente del Club
	Transmisión en directo, en tiempo real de las actividades del club en redes como Tik-Tok y YouTube.	Recurso: Redes sociales como TikTok y Youtube Responsable: Entrenadores y Deportistas.
No existe comunicación alguna entre el presidente del club, los entrenadores y otros actores sociales con las otras ligas.	Crear mesas de trabajo con otros clubes para planear actividades deportivas y recreativas que fortalezcan y visibilicen el patinaje en Neiva.	Recurso: Humano y posiblemente un pequeño rubro de representación. Responsable: Directivos y Presidentes del club.
Sólo existen dos (2) canales sociales de comunicación (Fecabook e Instagram).	Adopción de nuevas redes sociales.	Recurso: Tecnológico. Persona que sepa y le guste redes sociales. Responsable: Directivos y Presidente del club.
La comunidad cercana y los actores sociales externos son poco incluidos en las actividades del club.	Incluir a otros actores sociales en la planeación y ejecución de actividades tanto extra entreno, como competitivas. Planear y ejecutar actividades recreativas y demostrativas para la comunidad cercana y los actores sociales externos.	Recurso: Físico como oficina o sala de juntas, escenarios deportivos, recurso humano. Responsable: Directivos, presidente del club.
La pedagogía y el lenguaje que usan los entrenadores con los deportistas.	Realizar talleres y capacitaciones que permitan mejorar la pedagogía y el lenguaje que usan los entrenadores con los deportistas, más formación al respecto.	Recurso: Físico con espacios apropiados para capacitación, humano con el tallerista, material didáctico. Económicos para costear los talleres. Responsable: Directivos y Presidente del Club.
Actividades sociales fuera de la OSP que permitan distraer a los deportistas.	Diversificar y ampliar las actividades sociales para los integrantes del club, con la intención de mejorar las relaciones internas e incrementar la motivación.	Recurso: Económicos y físicos Responsable: Directivos y Presidente del Club
Deficiente financiación de actividades deportivas que permitan visibilizar al club.	Vincularse a otras causas sociales que permiten alianzas beneficiosas para el crecimiento del club.	Recurso: Humano Responsable: Directivos y presidente del Club

Nota. Elaboración propia.

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. Debe hacerse con la gente, no solo para la gente. (Mefalopulos & Kamlongera, Manual Diseño Participativo para una Estrategia de Comunicación, Segunda edición, 2008)

Teniendo en cuenta que, las falencias detectadas son tomadas de la Red de Comunicación y la estrategia está dada desde el enfoque de lo que se puede solucionar desde la comunicación, es coherente en mi trabajo que, las actividades de mejora presentadas a la OSP sean redactadas para que la comunicación efectiva, permite una solución acertada a cada situación problema detectada, considerando que, se supone que si tenemos más redes sociales o sociotécnicas estamos más cerca de conseguir una sociedad democrática, plural y más cercana a la felicidad. (Villalobos, 2012)

Conclusiones

Estamos desarrollamos habilidades de comunicación asertiva con la OSP Club Huila Patina desde lo humano, pasando por lo personal, hasta lo profesional.

Reconocimos los actores sociales internos y externos que intervienen en la actividad del club, durante las diferentes visitas, charlas, entrevistas y acercamientos que realizamos y encontramos la manera de ir organizando de una mejor manera la comunicación mediante las redes sociales para que entre ellos se puedan potencializar más y de manera oportuna, para las actividades que realiza el club.

Se están esclareciendo roles de los diferentes actores sociales y su importancia para la organización del club, reforzando el sociograma según vayan creciendo y se vayan uniendo otros nuevos actores, lideres, voceros, voluntarios; siempre cuidando los lineamientos ya establecidos del club.

La posición actual del club en cuanto a sus relaciones entre los actores internos, los externos y la sociedad en general, se encuentra en una posición buena y susceptible de ser mejorada; por dicha razón he diseñado y socializado con la OSP una estrategia de fortalecimiento e incluso de aprovechamiento de las fortalezas del Club, para lograr un mayor impacto en los actores a la par del fortalecimiento y perdurabilidad del mismo.

Para que el proceso sea efectivo, desde el diagnóstico vinculé a los diversos actores de la OSP, lo que me permitió tener una visión amplia y acertada de la situación real del Club que, de haberlo hecho sola, muy posiblemente no se hubiese logrado y la estrategia no se hubiese ajustado a la realidad actual y futura de la entidad.

La creación de la Secuencia Lógica del proceso de creación de la Estrategia es una herramienta valiosa en la construcción tanto de conocimiento como de alternativas de

solución o mejora que puede ser aplicada a cualquier proceso ya que facilita la comprensión y la obtención del resultado esperado.

Interesante ver durante todo el trabajo de campo con la OSP, la gran entrega y compromiso que tienen su grupo directivo, desde el presidente del Club Huila Patina, como todos sus colaboradores, no solo para el club mismo sino para toda la familia deportiva que implica.

Reconocer que no todo este hecho o terminado, sino que tienen muchas cosas para mejorar, los canales de comunicación son una herramienta de nivel importante, aunque no parezca, es la manera más rápida de transmitir una necesidad y de lograr la satisfacción de las mismas. Iniciarán con otras redes sociales adicionales para transmitir a la comunidad las actividades del club y sus participantes.

Encontrar estrategias entre la OSP y nuestro apoyo como Universidad fue el reto logrado. El club deportivo queda muy satisfecho con la labor realizada, aunque es una OSP pequeña aun, van por muy buen camino y se espera a futuro lograr realizar otro tipo de club con otros deportes que hoy en día están en furor, como el Fútbol Playa.

Comprendieron en el Club deportivo Huila Patina que el trabajo en grupo entre los diferentes actores sociales, les puede traer muchos beneficios, en lo contrario pensaban de manera cerrada, casi egoísta, creyendo que el no contar nada, no divulgar nada los mantendría de alguna manera protegidos, pero entendieron que al contrario hay que compartir información, cambiar estrategias, ampliar la comunicación para encontrar más y mejores maneras de crecer y empoderar su organización por un bien común.

Las sugerencias y el diagnóstico fue bien recibido por el Club Deportivo, me vincule como madrina del club en apoyo económico y social, generando más charlas en

adelante con los jóvenes y padres de familia y sus entrenadores, para continuar contribuyendo en la formación juvenil.

Referencias Bibliográficas

- Mefalopulos , P., & Kamlongera, C. (2008). *Manual Diseño Participativo para una Estrategia de Comunicación, Segunda edición*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
- Beller T., W. (2018). *Elementos de Lógica Argumentativa para la Escritura Académica*. Mexico: Bonilla Artiga Editores.
- Beltr, L. R. (2007). Un adiós a Aristóteles: La comunicación "horizontal". *Punto Cero. Universidad Católica Boliviana*, 71-91.
- Calderón, J., & Lopez C., D. (s.f.). Orlando Fals Borda y la investigación acción participativa: aportes en el proceso de formación para la transformación. *I Encuentro hacia una Pedagogía Emancipatoria en Nuestra América*, 3-6.
- Cueto, G, I. (2007). Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental. *PANORAMA*, 31-42.
- Deane, J. (2004). El contexto de la comunicación para el desarrollo, 2004. *9na Mesa Redonda de las Naciones Unidas sobre Comunicación para el Desarrollo*, 43-90.
- Garrido, J. (2001). El Análisis de Redes en el Desarrollo Local. *Facultad de Ciencias Políticas y Sociología*, 1-23.
- Gutiérrez, P. M. (1990). El sociograma como elemento que desvela la complejidad. *Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 129-151.
- Martínez, P., J., Grandío, P., M. M., & Grandío, P., M. M. (2011). *Redes sociales para estudiantes de comunicaión: 50 ideas para comprender el escenario online*. Barcelona: El Ciervo 96, S.A.
- Mefalopulos, P., & Barros, B. (2022). *Mefalopulos, PaoIntroducción a la comunicación participativa para el desarrollo sostenible*. Santa Marta: FAO.

Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible (CIMAS). (2009).

Metodologías PARTICIPATIVAS, Manual. Madrid: Redcimas.

Vélez, G. (2008). EXPLORACIÓN DE LAS RELACIONES ENTRE REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN. *Razón y Palabra*, 2-18.

Villalobos, O. (2012). Comunicación y Ciudadanía en la Era de las Redes sociales. *Revista Quórum Académica*, 9, 3, 4.

Villasante, T. R. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. *Sociedad Hoy*, 109-129.

Apéndices

Apéndice A

Carta de Solicitud

Neiva 26 de abril de 2024

Señores
Organismo Deportivo
CLUB DEPORTIVO HUILA PATINA
Dr. Gustavo Andrés Valbuena Rico
Director Deportivo
E. S. M.

Cordial saludo,

Mi nombre es **Martha Yanet Valbuena** identificado(a) con C.C. **55.168.682** del municipio de **Neiva**, actualmente me encuentro cursando el programa de Sociología en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD- y estoy ad-pertas de recibir el título de Socióloga.

Escogí como trabajo de grado una opción muy interesante que es el Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación. El Diplomado busca posibilitar que, a través de un trabajo académico e investigativo, el estudiante proponga una acción o acciones de fortalecimiento comunicacional dirigidas a la organización con la cual se desarrolló la investigación. Estas acciones hacen parte de una estrategia que será formulada a partir de un juicioso proceso de contacto, indagación, y conocimiento de la organización, obviamente acogiéndose a los parámetros que las dinámicas propias de esta exijan.

La organización no se compromete a implementar la estrategia que el estudiante diseñe y proponga, pero si la organización lo considera adecuado y provechoso, sería muy importante realizar dicha implementación, lo cual además evidenciaría la pertinencia de la estrategia diseñada y posibilitaría alcanzar los objetivos propuestos en esta. Los resultados del trabajo realizado con la organización serán publicados en un documento académico en el cual quedará consignado todo el proceso.

Por lo anteriormente expuesto, solicito comedidamente que me permitan realizar con ustedes este trabajo durante los próximos cuatro (4) meses, en los cuales además de desarrollar el ejercicio investigativo, se buscará que los frutos de esta, sean acciones que fortalezcan y mejoren las dinámicas comunicativas dentro de su organización.

Mil gracias por su atención.

Atentamente,


Martha Yanet Valbuena
C.C. 55.168.682
Cel. 320 263 8529
E-mail: maryava10@hotmail.com

Apéndice B

Carta de Aprobación



Neiva, 27 de abril de 2024

Señora

Martha Janeth Valbuena

Estudiante Sociología

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

Universidad UNAD

Ciudad

Asunto:

Quisiera de ante mano, agradecer su interés de participar socialmente en Club Deportivo "Huila Patina", conforme al objeto del Club buscamos impulsar programas de interés público y social fomentando la práctica deportiva del patinaje, en los niños, niñas adolescentes y jóvenes, es por ello que por medio del presente, aceptamos su propuesta en el acompañamiento a la organización para el pleno desarrollo de sus estudios y su investigación, aportando sus conocimientos al desarrollo del Club y a los integrantes del mismo.

Atentamente,

Gustavo Andrés Valbuena Rico

Presidente

Club Deportivo "Huila Patina"

Apéndice C

Enlace Entrevista Inicial

<https://www.youtube.com/watch?v=855gRdC22s0>

Apéndice D

Preguntas Cualitativas

Comunicación participativa

*¿Cómo la comunicación participativa influye en la educación de los jóvenes durante las actividades realizadas en el club deportivo Huila Patina?

*De qué manera se vinculan los actores sociales de la comunidad para apoyar en la misión del club deportivo Huila Patina?

¿Consideran que la comunicación digital es una herramienta asertiva para los vínculos entre los actores sociales de su club deportivo Huila Patina?

Comunidad

*¿De qué manera se acerca o se incluye a la comunidad y se le hace participe de las actividades que desarrolla el club?

*Dentro de la responsabilidad social está la inclusión a jóvenes de bajos recursos que quieran participar en las actividades, como hacen esta selección?

¿Han realizado estudios para saber si su comunidad está enterada de las actividades que realiza el club deportivo? y así poder vincular a muchos más jóvenes?

Red Social

*Es gracias a la comunicación digital que el club tiene reconocimiento fuera de la ciudad? ¿cree que, en realidad, las redes sociales les han ayudado a impulsar la marca del club deportivo?

*El club realiza capacitaciones al personal sobre el manejo de las redes sociales, lo que se puede o no publicar para beneficio del club y sus deportistas?

*Cuál es el canal de comunicación más asertivo para la misión que llevan a cabo?
¿Es acaso un canal moderno o sencillamente es un método clásico de comunicación?

Apéndice E

Enlace Entrevista Final

<https://www.youtube.com/watch?v=oP3nlRY4Ywg>

Apéndice F

Registro Fotográfico



Apéndice G

Enlace Socialización de la Estrategia

<https://youtu.be/Ngh7XCKBn4k>