



# Comunicación para nuestros clubes

## Articulación para el fortalecimiento de entidades deportivas

### **i** Información general

#### **Síntesis**

El proyecto prevé un trabajo conjunto con los clubes Universitario, Asociación Coronel Brandsen y Sud América. Se trata de instituciones referentes en la práctica deportiva de la ciudad de La Plata, en diferentes actividades, y que no cuentan con un área específica de prensa y comunicación que les permita difundirlas. Por eso, desde el proyecto se apunta a construir en conjunto con ellas esos espacios, para de esta forma dar respuesta a una necesidad sentida de los miembros de los clubes y buscando acercar a los mismos a la comunidad. La intención pasa por crear un espacio que permita el fortalecimiento de las instituciones, la puesta en valor de su infraestructura y el empoderamiento de sus recursos humanos. Asimismo, se llevarán adelante talleres de producción de sentido a partir de los cuales se elaborarán contenidos periodísticos en soportes diversos destinados a la difusión de las actividades deportivas y culturales de cada una de las instituciones. Todo esto incluye un registro y sistematización de la práctica, de forma que quedará en poder de las instituciones, para que puedan continuar con el proyecto una vez finalizada la actividad del equipo extensionista en el territorio.

#### **Convocatoria**

Convocatoria Ordinaria 2018

#### **Palabras Clave**

Deporte

Comunicación Popular

Tejido Social

Identidad

#### **Línea temática**

DESARROLLO, ORGANIZACIÓN SOCIAL Y DERECHOS  
HUMANOS

---

**Unidad ejecutora**

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

---

**Facultades y/o colegios  
participantes**

---

**Destinatarios**

Los destinatarios serán en primera instancia los directivos y socios de los clubes copartícipes del proyecto. Ellos serán los destinatarios directos del proyecto, mientras que los destinatarios indirectos son sus familiares, vecinos y grupos de pertenencia, ante los cuales ellos funcionarán como agentes multiplicadores. De esta forma, entendemos que por cada participante directo puede multiplicarse por tres o cuatro los destinatarios indirectos.

---

**Localización geográfica**

El trabajo de extensión tendrá impacto en diferentes puntos estratégicos de la región, en función de las diferentes sedes de los clubes que funcionarán como contraparte. Asociación Coronel Brandsen cuenta con su sede social en el casco urbano (60 entre 23 y 24), mientras que el predio en el que se encuentra su cancha de fútbol está ubicado en Los Hornos (en 151 y 62). Sud América es una institución histórica del barrio de Tolosa (528 entre 4 y 5), mientras que Universitario cuenta con tres espacios bien diferenciados: la sede deportiva en Gonnet (14 y 501), la sede náutica en Punta Lara (Av. Amirante Brown entre 84 y 86) y la sede social en el centro de La Plata (46 entre 2 y 3).

---

**Centros Comunitarios de Extensión Universitaria**

---

**Cantidad aproximada de destinatarios directos**

3000

---

**Cantidad aproximada de destinatarios indirectos**

12000

---

## ☰ Detalles

---

### **Justificación**

Los clubes sociales y deportivos de La Plata nacieron como espacios de encuentro y de desarrollo de los barrios que le dieron la vida y son una marca de identidad de la ciudad y de sus habitantes, que cuenta con cientos de instituciones de estas características. La historia de la sociabilidad en el siglo XX está marcada por el desarrollo de estos espacios, privilegiados para llevar adelante un proceso de empoderamiento de la sociedad civil.

Pasado el tiempo, y con todas las dificultades que vivieron en los tiempos del neoliberalismo, estas instituciones siguen funcionando como un espacio de resguardo de las identidades colectivas, incluso en las circunstancias más adversas. En la última dictadura, cuando la democracia estaba ausente en la vida política y social de la Argentina, los clubes seguían eligiendo a sus autoridades a través del voto. Cuando la desocupación y el hambre acecharon a la sociedad, sus instalaciones funcionaron como clubes del trueque o comedores populares. Cuando en 2013 La Plata sufrió la peor inundación de su historia, los clubes sociales abrieron sus puertas para albergar a sus vecinos en emergencia, organizaron colectas y otras actividades solidarias.

Estas iniciativas, y muchas otras, son parte de la tradición asociacionista de estas instituciones, asociaciones civiles sin fines de lucro que han construido en nuestro país un modelo que entendemos debe ser defendido y potenciado. Por eso, desde el equipo extensionista apostamos a trabajar en conjunto con ellas para dotarlas de herramientas y fortalecerlas en su organización, a partir de entender a la comunicación como una estrategia de gestión.

El grupo de trabajo propuesto cuenta con una extensa experiencia de relación con el campo a partir de la creación, en el año 2009, de la Tecnicatura Superior Universitaria en Periodismo Deportivo, dentro de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Desde entonces el trabajo en conjunto con estas organizaciones ha sido constante, y entendemos que es el momento para afianzar ese contacto a través de un trabajo extensionista que permita darle volumen y fortaleza a la actividad que llevan adelante en beneficio de la comunidad.

---

### **Objetivo General**

Trabajar en conjunto con los clubes Universitario, Asociación Coronel Brandsen y Sud América para poder conformar las áreas de comunicación y prensa de las instituciones.

---

### **Objetivos Específicos**

- Identificar y comprometer actores de la institución que puedan sumarse al área de comunicación.

- Poner en valor la infraestructura de las instituciones, generando un espacio físico propio.
  - Realizar talleres de producción de sentidos con directivos de instituciones deportivas sobre la historia de las organizaciones, su identidad y su relación con la comunidad.
  - Realizar espacios de capacitación en narrativas y lenguajes con socios de las instituciones deportivas.
  - Gestionar estrategias de circulación de los contenidos y materiales periodísticos producidos en los diferentes talleres.
  - Dejar registro de las actividades, roles y responsabilidades de cada uno de los integrantes del espacio de comunicación.
- 

## **Resultados Esperados**

- Que exista un diálogo fluido entre los socios y directivos de las organizaciones, que permita identificar quiénes son los actores con la voluntad y las capacidades para ser parte del área de prensa y comunicación.
  - Que se pueda identificar y poner en valor un espacio físico de cada institución en el que funcione el área de prensa y comunicación.
  - Que puedan llevarse a cabo encuentros y talleres periódicos en cada uno de esos espacios.
  - Que aportemos nociones y sentidos que permitan identificar las claves de su relación con la comunidad y trazar estrategias para reforzar los lazos de cada una de las instituciones con su barrio de pertenencia.
  - Que los diferentes actores puedan intercambiar opiniones en un clima de respeto y libertad respecto de su organización y a partir de ello puedan elaborar de las estrategias que consideren más adecuadas para establecer una política de comunicación interna y externa.
  - Que podamos empoderar a los miembros de las organizaciones a partir del manejo de las narrativas y lenguajes mediáticos.
  - Que a partir de este empoderamiento se puedan elaborar contenidos y materiales periodísticos en diversos lenguajes (gráfico, radiofónico, audiovisual o digital).
  - Que se pueda gestionar la circulación de los contenidos y materiales periodísticos de forma tal que permitan reforzar la estrategia de comunicación de las organizaciones con la comunidad.
  - Que cada una de las organizaciones intervinientes en el proceso puedan reconstruir el mismo a partir de la producción final del registro de la experiencia.
  - Que se lleve adelante un registro de la experiencia que permita que los actores de cada una de las instituciones puedan continuar gestionando el área de comunicación luego de finalizado el trabajo del equipo extensionista en cada territorio.
- 

## **Indicadores de progreso y logro**

- Llevar adelante un proceso de tres encuentros en cada una de las instituciones. En el primero de ellos se llevará adelante la presentación del proyecto, en el segundo se llevará adelante un taller de producción de sentido respecto de la propia institución, y en el tercero se trabajará para poner en valor un espacio físico previamente identificado para el funcionamiento del área de prensa y comunicación.
  - Conseguir un buen nivel de participación en cada uno de espacios de taller, a partir del nivel de convocatoria, pero también de la circulación de la palabra y la participación activa de los diferentes actores en el proceso.
  - Generar un registro escrito y fotográfico de cada uno de los procesos. A partir del registro el equipo extensionista elaborará un documento que se compartirá con cada una de las instituciones y será el punto de partida de un registro que deberán continuar los propios actores.
  - Producir al menos tres mensajes en distintos soportes (gráfico, radiofónico, audiovisual o digital) en cada uno de los procesos, y gestionar los canales para la difusión de los mismos de forma interna y/o externa.
  - Construir canales propios de comunicación de los diferentes mensajes que se produzcan en el área de prensa y comunicación (cartelera, página web, redes sociales, espacios en medios de comunicación, etc).
  - Contar con un registro de cada una de las actividades que se producen, los tiempos previstos para llevarla adelante, sus responsables y una evaluación al respecto.
- 

## **Metodología**

Este proyecto propone trabajar al interior de las distintas instituciones con la metodología de taller, entendido como un lugar donde se puede reflexionar y construir conocimientos colectivamente. Se generará un espacio de encuentro de saberes, partiendo de la experiencia en el manejo de las organizaciones de sus directivos, y valorizando los saberes y las inquietudes de los socios que participan activamente de las actividades de la institución. En cada uno de los clubes, se buscará identificar los actores con la intención, la voluntad y la capacidad de realizar aportes al proyecto colectivo. Identificar un espacio físico adecuado para el área de prensa y comunicación, ponerlo en valor y luego gestionarlo son instancias de trabajo que deben llevarse a cabo en diferentes etapas, y que requieren del compromiso de los directivos y socios de las instituciones, y el equipo extensionista deberá garantizar que el proceso se lleve adelante en forma armoniosa.

---

## **Actividades**

- Planificación de los contenidos y actividades a trabajar en los talleres de presentación del proyecto en cada uno de los clubes.
- Preparación del material didáctico que se pondrá en común en esos espacios.
- Diseño del cronograma de realización de talleres.

- Organización y desarrollo de los talleres en cada uno de los clubes, destinados a los socios y directivos.
  - Identificar y poner en valor espacios en los que pueda funcionar el área de prensa y comunicación de las instituciones.
  - Elaboración de materiales producto de la sistematización de los talleres.
  - Circulación de materiales producidos al interior de la institución
  - Circulación de materiales producidos en diferentes medios de comunicación de la ciudad
  - Creación de soportes o canales de comunicación propios.
  - Elaboración de una producción con el registro de la experiencia.
  - Sistematización de la experiencia y redacción del informe parcial y final.
  - Circulación de las conclusiones parciales o finales en publicaciones, congresos y jornadas de extensión universitaria.
-

## **Cronograma**

Mes 1

Planificación de los contenidos y actividades a trabajar en los talleres de presentación del proyecto en cada uno de los clubes.

Mes 2

Preparación del material didáctico que se pondrá en común en esos espacios.

Diseño del cronograma de realización de talleres.

Mes 3-4

Organización y desarrollo de los talleres en cada uno de los clubes, destinados a los socios y directivos.

Identificar y poner en valor espacios en los que pueda funcionar el área de prensa y comunicación de las instituciones.

Mes 5-6-7-8

Realización de nuevos talleres en los espacios conformados

Elaboración de materiales producto de la sistematización de los talleres.

Mes 6-7-8

Circulación de materiales producidos al interior de la institución

Circulación de materiales producidos en diferentes medios de comunicación de la ciudad

Mes 8-9

Creación de soportes o canales de comunicación propios.

Mes 10

Sistematización de la experiencia y redacción de informe parcial.

Elaboración de una producción con el registro de la experiencia.

Mes 11

Circulación de las conclusiones parciales y/o finales en publicaciones, congresos y jornadas de extensión universitaria.

Mes 12

Redacción del informe final.

---

## **Bibliografía**

- BERGER. P. y LUKMAN, R. (1979). La construcción social de la realidad, Bs. AS., Amorrortu.
- CANEVA, Virginia y MENDOZA JAUFRET, Hernán (2007), Clubes platenses, al rescate de lo colectivo. Tesis de grado, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.
- CANTÓN CHIRIVELLA, E. (2001), Deporte, Salud, Bienestar y Calidad de Vida, Cuadernos de Psicología del Deporte, Universidad de Murcia.
- DASKAL, RODRIGO y MOREIRA, VERONICA (2017), Clubes argentinos: debates sobre un modelo, UNSAM Edita, Universidad Nacional de San Martín.
- DE LA VEGA, Eduardo (1999), El deporte y los espacios públicos. Reflexiones sobre el desarrollo del básquetbol en la Argentina. En revista digital efdeportes, Año 4. N° 14. Buenos Aires, disponible en la web <http://www.efdeportes.com/efd14/bbarg1.htm>
- FRYDENBERG, JULIO (2001), La crisis de la tradición y el modelo asociacionista en los clubes de fútbol argentinos. Algunas reflexiones, en revista digital EF Deportes, n° 29, Buenos Aires.
- GARCÍA FERRANDO, MANUEL (1990), Aspectos sociales del deporte, Madrid.
- HERNÁNDEZ, RUBEN (2005), Gestión y Administración de las organizaciones Deportivas, Paidotribo, España.
- HUERGO, JORGE (2000). Ciudad, formación de sujetos y producción de sentidos. En: Revista Oficios Terrestres. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP. Año VI, (7/8). La Plata.
- MARÍN MONTÍN, JOAQUIN (2009), Imagen, comunicación y deporte. Una aproximación teórica, Visión Libros, Sevilla.
- MEDIAVILLA, G. (2001), Comunicación corporativa en el deporte, Madrid, Gymnos.
- MOLINA, GERARDO (2007), El fin del deporte, Paidós.
- PARIS ROCHE, FERNANDO (2007), La Planificación estratégica en las organizaciones deportivas, Paidotribo.
- REINATO, Emir y Jorge Troisi Melean (2002) Barrios y Clubes Platenses: Reconquista y Unión Vecinal. La Comuna, La Plata.
- RODRIGUEZ DIAZ, ALVARO (2008), El deporte en la construcción del espacio social, CIS, Madrid.
- ROSBOCH, Eugenia (2012), Fomentar la inclusión: el club social como institución de raigambre popular. Ponencia presentada en el Congreso de Periodismo y Medios de Comunicación, FPyCS.
- SANAHUJA PERIS, GUILLERMO (2012), La Comunicación Corporativa Y El Marketing En Los Clubes Deportivos Españoles. Retos Y Modelos Para Alcanzar La Excelencia, UJI, España, 2012.
- SANCHEZ, JUAN CARLOS (2014). Comunicación estratégica aplicada a la organización deportiva, Tesis de maestría en Ciencias Sociales, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata.

---

### **Sostenibilidad/Replicabilidad**

El proyecto apunta no solo dar respuesta a una necesidad sentida de las instituciones copartícipes, que es la de conformar un área de comunicación y prensa con la que actualmente no cuentan, sino que apunta a sentar las bases para que el mismo pueda sostenerse en el tiempo luego del trabajo del equipo extensionista en conjunto con las

organizaciones.

En ese sentido, se apunta a que cada organización pueda llevar adelante un registro de la experiencia, determinar roles, establecer responsabilidades e involucrar a nuevos actores en el proceso, de forma de llevar adelante un empoderamiento efectivo. De esta forma, la expectativa pasa por acompañar el proceso en cada una de las instituciones y permitir que estas continúen con el trabajo en el futuro por sí mismas, una vez que la formación de los espacios se haya realizado de manera efectiva.

Entendemos que se esta forma el proyecto conseguirá una efectiva sostenibilidad, mientras que el proyecto podría replicarse en el futuro en nuevas organizaciones, en las que se apuntaría a llevar adelante un proceso similar.

---

## **Autoevaluación**

En cada una de las instituciones deberá conformarse un equipo de trabajo, que tendrá la misión de identificar y poner en valor un espacio físico para el funcionamiento del área de prensa y comunicación. El equipo extensionista deberá dejar registro de las actividades, roles y responsabilidades de cada uno de los integrantes del espacio, y bregar porque cada uno de ellos pueda llevarse a la práctica de la mejor manera.

El registro tendrá la finalidad de elaborar un cronograma de tareas a realizar, tareas realizadas y tareas pendientes, de forma de que los diferentes integrantes del espacio puedan dar cuenta de la marcha del proceso. La sistematización del conjunto de la experiencia, además, quedará en poder de las instituciones, que podrán continuar con ese registro como una forma de evaluar el trabajo y contar con una estrategia para continuar con él en el futuro.

## Participantes

<b>Nombre completo</b>	<b>Unidad académica</b>
Lopez, Andres (DIRECTOR)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Rivera, Luis Alberto (CO-DIRECTOR)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Blesa, Pablo Miguel (COORDINADOR)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Fogolin, Luna (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Alumno)
Cagni, Camilo Nahuel (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Graduado)
Pomares, Sergio Alejandro (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Alumno)
Bouvet, Rodrigo Sebastian (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Alumno)
De Felippis, Enrique Leandro (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Jefe de Trabajos Prácticos)
Pallicer, Fernando Gabriel (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Jefe de Trabajos Prácticos)
Napolitano, Mariela (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Messina, Francisco Octavio (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Alumno)
Romano, Fermin (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Graduado)
Perez, Lautaro (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Alumno)
Pescio, Santiago Agustin (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Jefe de Trabajos Prácticos)

<b>Nombre completo</b>	<b>Unidad académica</b>
Grbin, Juan Manuel (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Alumno)
Ianez, Lucia (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Serra, Federico Ariel (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Auxiliar)
Pollini, Daniel Marcelo (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Auxiliar)
Idiart, David Sebastian (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Auxiliar)
Fanjul, Osvaldo Jose (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Auxiliar)
Diaz, Miguel Anibal (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Auxiliar)
Randrup, Maximo (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Auxiliar)
Rivas Murphy, Santiago (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Auxiliar)
Cabello, Marcial (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Auxiliar)
Frisorger, Fabrizio E (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Auxiliar)
Garcia, Matias Horacio (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Graduado)
Malky, Alejandro (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Alumno)
Lopez, Gonzalo Dario (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Jefe de Trabajos Prácticos)
Pellegrino, Laura Carolina (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)
Luppi, Gaston Matias (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Auxiliar)

<b>Nombre completo</b>	<b>Unidad académica</b>
Petraglia, Ricardo N (PARTICIPANTE)	Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Profesor)

## Organizaciones

<b>Nombre</b>	<b>Ciudad, Dpto, Pcia</b>	<b>Tipo de organización</b>	<b>Nombre y cargo del representante</b>
ASOCIACIÓN CULTURAL Y BIBLIOTECA CORONEL BRANDSEN	La Plata, Buenos Aires	Club social y deportivo	Germán Adrián Sánchez, Presidente
CLUB UNIVERSITARIO DE LA PLATA	Gonnet, Manuel B., La Plata, Buenos Aires	Club social y deportivo	Marcelo Galland, Presidente
CLUB SOCIAL, DEPORTIVO, CULTURAL Y DE FOMENTO SUD AMERICA	Tolosa, La Plata, Buenos Aires	Club social y deportivo	Axel Fabricio Pacheco, Vicepresidente