

# Asociación Cultural y Deportiva Universal



**Alumnos:**

Palacios Juan

Pavón Lucas Agustín

Quispe Jesús Ezequiel

**Materia:** Comunicación Mediática y  
Organizaciones II

## Los conceptos y los métodos:

- **Marco Teórico: (Primeros conceptos, el resto serán desarrollados en la historia del club)**

Cuando hablamos de **Organización** lo hacemos en términos de François Petit que la define, en el primer capítulo *La organización y sus niveles* de su obra *Psicosociología de las Organizaciones*, como un sistema abierto puesto que se relaciona con el entorno y a su vez se modifica con él. El entorno define el estado de la organización, existe siempre y cuando se la necesite. Es necesario que la organización se adapte a su entorno, no por un capricho, sino para lograr el cumplimiento de los objetivos y el mantenimiento del sistema interno.

Cuando hablamos del buen o mal articulamiento dentro de la comisión directiva, debemos tener en cuenta el concepto de **grupos** provisto por François Petit en los capítulos I y II de *Psicosociología de las Organizaciones*. Los grupos se encuentran en estado de interdependencia, la interacción de todos ellos le da unidad a la organización (en este caso, la unidad del club Universal se logra por medio de la interacción de todos sus miembros). Pero estos grupos no sólo existen por cuestiones formales o por afinidades informales, sino que deben ser funcionales al/los objetivo/s que la organización se haya planteado (por ejemplo el de brindar actividades deportivas y recreacionales a la comunidad/barrio); y aquí entra en juego el concepto de **eficacia**, que se da cuando la organización alcanza sus objetivos. Precisamente, para llegar a ello es fundamental que los grupos actúen y se complementen de la mejor manera, para ser más eficaces con el cumplimiento de sus tareas y roles.

Observaremos también a lo largo del trabajo el concepto de **división de tareas**, concepto que tomamos de las definiciones de Henry Mintzberg en *La estructuración de las Organizaciones*, en donde sostiene que el punto de partida para diseñar una estrategia eficaz se encuentra en la estructura de una organización. No quiere decir que sea lo más importante, pero sí lo primero. Por lo

tanto, la división del trabajo se convierte en una necesidad para el buen funcionamiento de la misma.

Cuando hablamos de **comunicación** lo hacemos desde las definiciones que brinda Daniel Prieto Castillo en el capítulo *La comunicación como proceso en totalidad* de su libro *Diagnóstico de comunicación: mensajes, instituciones, comunidades*. El autor sostiene que el acto de comunicar no se puede reducir a un esquema de emisor -> mensajes -> receptor, la comunicación no puede ser comprendida por fuera del contexto donde se genera.

Cuando damos cuenta del **contexto**, hablamos en base a los conceptos de **formación social** y el **marco de referencia**. El primero es el cómo se articulan en determinado lugar las instancias sociales, políticas, económicas, entre otras, dentro de un modo de producción dominante y las relaciones sociales que se derivan de él. Cada formación tiene una historia particular y ésta va a estar relacionada con la cultura y los valores, según los sectores sociales en donde se desarrolla la comunicación. Por su parte, el marco de referencia o contexto inmediato, se remite a la vida cotidiana, a cómo se plasman los principios de la formación social en los comportamientos de los individuos. Nos resulta útil pararnos desde esta perspectiva teórica para no restringir las instancias de comunicación a niveles muy escasos de análisis.

#### - **Marco Metodológico:**

Se optó por el diagnóstico participativo, es decir, aquel donde tanto el analista como con quien se trabaja, charlan y cooperan entre sí, buscando llegar a diferentes acuerdos en pos de un bien común. Una relación que se retroalimenta. El club es partícipe del diagnóstico y, a partir del mismo y de las interacciones que tengan con nosotros, sacarán sus propias conclusiones de su situación actual y particular dentro de la organización.

Para llevar adelante dicho trabajo, utilizamos como herramientas metodológicas:

- Entrevistas (mixtas o semiestructuradas: llevamos nuestras preguntas pero fuimos abiertos a que surjan nuevas o se hagan repreguntas), hechas al presidente Salvador Fiorenza y a su secretario Roberto Di Bastiano, individualmente y luego en conjunto. A través de las entrevistas buscamos alcanzar, por un lado datos del club (históricos, económicos, formales) y por otro (y de allí la importancia de la entrevista a ambos), datos sobre la comunicación y la organización interna (motivacionales, relacionales, informales).
- Observaciones no participantes de la institución en búsqueda de la caracterización del lugar, su descripción física, las actividades desarrolladas en el espacio, las relaciones que se suscitan en él. Cómo se distribuye el espacio, cómo se lo utiliza. Indagación de medios gráficos, visuales y comunicacionales dentro de la organización.
- Relevamiento de material de archivo provisto por el secretario (revista institucional de aniversario, viejos boletines informativos) para la reconstrucción de la historia del club y sus primeros años, objetivos fundacionales, progreso a lo largo del tiempo, cambios significativos.

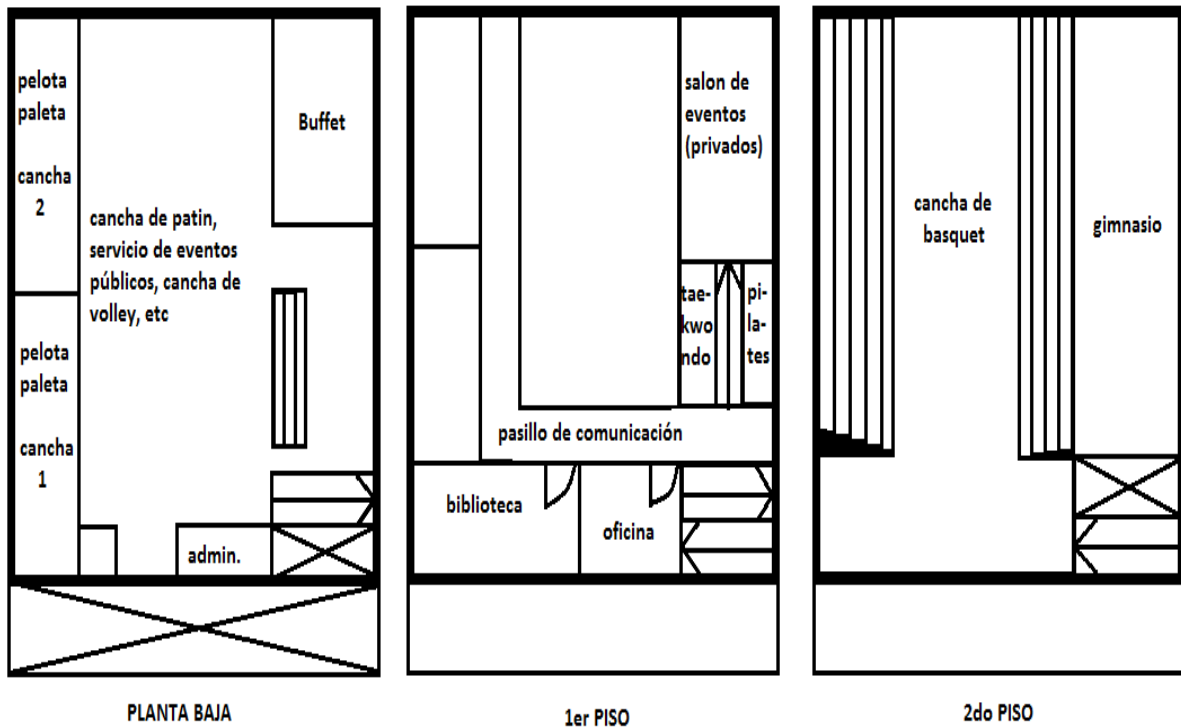
### **Organización:**

La organización elegida es la Asociación Cultural y Deportiva Universal, ubicada en calle 25 entre 57 y 58. Universal se caracteriza por ser un club de barrio el cual, no obstante, es frecuentado por gente de distintos puntos de la ciudad de La Plata. Fue fundado en 1941 cuando un grupo de jóvenes que jugaba a la pelota buscaba un espacio con el cual identificarse, que los representara en el barrio. Sin embargo, el espacio físico con el que cuentan en la actualidad no se dio hasta 1944, cuando se compraron los primeros lotes del terreno.

El club tiene hoy cerca de unos 200 socios, la mayoría de ellos gracias a las distintas actividades deportivas que Universal brinda a su público: básquet, vóley, patín, pelota paleta, clases de taekwondo; además de otras actividades como el gimnasio con pesas, clase de pilates, biblioteca y el alquiler del espacio para festejos de cumpleaños y actos políticos. Resulta curioso el hecho de que haya sido creado especialmente para el ejercicio del fútbol, disciplina que hoy día no se lleva a cabo en la asociación.

Disponen de un espacio físico bastante amplio, siendo un edificio de unos dos pisos. Sin embargo, por la gran cantidad de actividades que en él se practican, manejan días y horarios específicos para impartir cada una de ellas. El club es representado por los colores rojo y verde, y en la actualidad es el básquet el deporte por el cual más se lo distingue.

En cuanto a cómo se distribuyen los espacios de la organización, aunque sin mucha interiorización sobre medidas y específicas ubicaciones, observamos y podemos diagramar lo siguiente:



## Historia:

La Asociación deportiva y cultural Universal se enmarca dentro de una larga historia barrial, con una fuerte determinación a la hora de establecer las relaciones sociales con sus vecinos y allegados de la zona. La misma se encuentra ubicada en la ciudad de La Plata, a la altura de Calle 25 entre 57 y 58 y posee una diversidad de opciones destacadas en lo deportivo, en lo social, lo inclusivo y hasta en el aprendizaje.

El club se fundó el 28 de noviembre de 1941, cuando un grupo de entre 15 y 18 años de Av. 25 esquina 58, decidieron que querían competir jugando al futbol, ya que en esos tiempos las competencias eran barrio contra barrio. Estos jóvenes primero se empezaron a juntar en la casa de un vecino de la zona, recién en 1942 ellos empezaron a buscar terrenos para obtener un lugar físico para la institución

que habían creado. Recién en 1944 lograron comprar los primeros lotes para el club. Para poder lograr la compra de estas tierras, los socios tuvieron que hipotecar la casa donde se juntaban y entregaron así las escrituras de ese lugar para conseguir las tierras donde actualmente se encuentra la sede del club. A pesar de que el club empezó con la idea de hacer un equipo de fútbol, se fue abriendo a otras actividades sociales, como los bailes o fiestas.

En cuanto al ámbito deportivo, posee actividades deportivas, como el básquet, vóley femenino y masculino, patín y pelota paleta. Sin embargo desde la comisión directiva se siguen discutiendo propuestas para incluir mayores alcances en cuanto al deporte y el entretenimiento, generando el buen estar dentro de la misma.

La Asociación Cultural y Deportiva Universal es una institución sin fines de lucro que cuenta con una Comisión Directiva que está conformada por un presidente, un vicepresidente, un secretario, un prosecretario, un tesorero y un protesorero. Además tiene 6 vocales titulares, 4 suplentes y 5 personas de turno. La sede del club cuenta con una secretaria, un buffet, una biblioteca, un gimnasio, un salón de fiestas, y en la planta baja donde está la cancha de vóley también se utiliza para actos públicos, como por ejemplo, actos políticos. También cuenta con el personal de limpieza el cual está en blanco y reciben un sueldo. Además de contar con las actividades deportivas ya mencionadas, el Club Universal cuenta con una escolita pre infantil e infantil solo para básquet, vóley y patín. La institución recibe la cuota social por parte de los 200 socios que tienen y una asignación por parte de la Municipalidad para la biblioteca pero el mayor porcentaje lo recibe por parte de la comisión directiva.

Es así que el Club Universal, cuenta con una serie de instalaciones destinadas al servicio de los socios que ha adquirido durante sus inicios y los que aun así, faltan integrarse, ya que el mismo se encuentra en un crecimiento ascendente. Actualmente doscientos son los socios registrados, quienes pagan su cuota social para el aporte y la utilización de los diversos espacios.

Es por ello que Universal, tiene como prioridad seguir profundizando la cantidad de socios, con el fin de seguir ampliando año tras año la infraestructura del mismo, renovar las maquinarias, incluir mayores menús en el servicio de comidas,

renovación de las instalaciones, entre otras. Contando así con un mejor poder adquisitivo, con lugar a la inversión para y con el club.

Por otra parte, para una mayor integración de cara a la sociedad y los vecinos aledaños del barrio, será necesario disponer con la creación de una página web, a modo de difundir los diversos desarrollos dentro del club. Como un espacio a comentarios, reflexiones y hasta críticas por parte de quien se encuentre en un marco de construcción para el avance y el mejoramiento de la institución. Además será necesario a la hora de poseer un reconocimiento de amplio alcance hacia no solo la ciudad donde se encuentra, sino a los alrededores.

También se propone a modo de pensamiento colectivo, continuar con los proyectos inclusivos desde el club, ya sea desde las instalaciones, hasta las charlas informativas del deporte, la juventud y la actividad física para un mejor estado respecto a lo físico, incentivando las escuelas deportivas nacientes, para abarcar desde su comienzo como pre-infantil, hasta su desempeño practicante de adulto o profesional, como se ha determinado en unos cuantos casos de la institución.

Panfletos distribuidos en un bajo puerta, fiestas comunitarias, comidas al aire libre con aportes a consideración, rifas de diversos premios, entre otras, son unas cuantas de las propuestas a desarrollar durante todo este trayecto y el futuro que vendrá, que se tiene ideado, con el único fin del club, que es su progreso y destaque tanto a nivel institucional, administrativo, de gestión, como económico, como factor fundamental para el desarrollo constante.

A lo que se quiere apuntar con este marco teórico, es comprender de qué manera se compone una organización y todos sus factores complementarios que ayudan a su verdadero progreso, avance y extensión. Ya que dentro de este marco, entendemos que son muchos los partícipes y autores de que esto se haga realidad, debido a que se encuentran presentes sujetos de derecho de todo tipo de Comisión directiva como eje de conducción fundamental, personal que trabaja dentro del club y los socios otro de los pilares bien marcados dentro de todo organismo.



Cabe aclarar que, sin lugar a dudas, que la tarea barrial posee un análisis más que interesante. De acuerdo a lo que respecta desde, como primer punto, lo social, una construcción primordial dentro de un establecimiento que nace del mismo barrio, cerca de los vecinos, cerca de la gente, con la metamorfosis que irá tomando a lo largo del tiempo, como aclarábamos, para su desempeño y productividad. Tampoco podremos dejar de lado aquí, el ámbito cultural. Una base fundamental para todos los habitantes que procuran el desarrollo de su entorno, su capacidad de pensamiento, conocimiento y de la capacidad inclusiva como sujeto de derecho.

Entendiendo que en la última década, se han impulsado a nivel colectivo, oportunidades de todo tipo, en cuanto a estos dos conceptos que mencionábamos. Ya sea, desde subsidios del Gobierno Nacional a estos pequeños clubes barriales en crecimiento, recibiendo un aporte económico imprescindible para fomentar sus actividades, como también los grandes cambios socio-culturales que se han promovido, para la participación de la juventud, el deporte, la salud y la educación.

Asimismo, intercalando la lógica de la teoría desde los diversos autores, tratados a lo largo de la cátedra, como también, la practicidad a la hora de gestionar un establecimiento con aspiración a ascender e instalarse definitivamente como una oferta necesaria, de contención, actividad y beneficios institucionales para toda población, nos basamos en diversos análisis de textos, como apéndice a la efectividad en el momento de entender a una institución/organización y sus realidades.

Sera indispensable hacer un repaso por lo que se entiende a una organización viable, donde se la entiende como un sentido amplio, por ejemplo cuando hablamos del interior de esta y sus relaciones íntimas. Con el objetivo de fortalecer estos aspectos, para un profundo desarrollo y estructura como conjunto de personas dirigidas hacia los mismos propósitos y finalidades, que en este caso será, la institución y todo lo que la respecta.

Es así que una vez reconocido todo este entorno, deberá hacer una revisión respecto a la compañía como entidad física y viviente, porque este será el primer paso para incrementar su expectativa de vida y sus condiciones.

De esta manera cuando hablamos de organización, nos referimos a esquemas, relaciones sociales, previsible, que son tomadas como referencia válida para sus miembros a efectos de realizar una actividad conjunta. Como consecuencia, por así llamarlo, de la interacción cotidiana y los intercambios con el contexto, surgen varias formas que tienen el sentido de cohesionar los esfuerzos en un ambiente complejo, donde operan múltiples fuerzas. Estos tejidos y su trama que están relacionados firmemente no son inalterables, pero llegado el momento de la renovación, deberá también renovarse el consenso o acuerdo básico que sostiene toda organización.

Respecto a la identidad y rasgos constitutivos de la organización, será necesario estar en constante conexión con la significación de estos puntos. En sus procesos recursivos, la organización desarrolla procesos que la llevan a reajustar o adaptar sus procedimientos y formas de hacer, que no es lo mismo que refundarse o reanudarse. Es decir cuando se mantienen en el tiempo, sin cambios profundos, veremos que ello se relaciona con ciertos marcos que operan dentro de la recursividad; no es que solo existen, sino que se regeneran. Son formas de significación que comparten individuos y grupos, con diversos grados de aceptación.

En una capacidad de perdurar en el tiempo, en un ambiente repleto de exigencias y cambios constantes, toda organización tiene dos linealidades: una es indeseable y destructiva, ya que consistirá en el cierre o aislamiento y así perjudicar a la comunidad. La otra, será positiva, quien consiste en los procesos que conducen a mantener los valores originarios o convicciones, siempre y cuando sean aceptables en términos sociales.

Otro de los tantos parámetros que una organización debe tener presente, será el momento en que se da la renovación y transición de esta. La primera mencionada, se caracteriza por retornar a las fuentes luego de un proceso de crisis padecido dentro de la organización. Implica volver atrás, para recuperar los valores fundacionales.

Diferenciándose de la segunda, que son los cambios que se irán introduciendo dentro de las estructuras y procedimientos, reacomodando que de esta manera, no podría afectar los rasgos que la constituyen, siendo una transición ordenada.

Si continuamos haciendo un repaso de cómo debe realmente entenderse la organización, será ineludible incluir el concepto de reflexibilidad. Lo que lleva a este tipo de instituciones, a verse a sí misma, reconocerse y tener una representación de sus modos de funcionamiento. Lo que le permitirá plantear y evaluar sus propios límites (consciente de sus capacidades e insuficiencias). Aprendiendo mediante el análisis y el razonamiento. Tomar nota de las propias insuficiencias del modelo o del potencial no utilizado en la organización. Es así que no surge espontáneamente, sino que debe ser promovida.

Existen además de estas, distintas formas de cambios dentro de la organización. La mirada **DIACRONICA**: los cambios surgirán a través o como, un proceso en el tiempo. La mirada **SINCRONICA**, difiere de la primera presentando, de acuerdo a los tres aspectos definidos anteriormente, una coexistencia entre ambos. De esta manera, podemos pensar que cada acción y tipo de decisión en su momento, es necesaria y vital para el buen funcionamiento de la organización.

Por último, la gestión de la complejidad en el marco organizacional, significara realizar un recorrido analítico de los diferentes planos y puntos de vista, reconstruir el mapa tridimensional de la organización, reconocer aristas y posiciones presentes y planificar las identidades, estructuras, procesos de reflexibilidad y recursividad y las capacidades de quienes la componen.

A modo de finalización, entendemos que es imprescindible e indispensable para lograr un correcto funcionamiento de la administración, gestión, progreso y desarrollo de la organización establecida, tener en cuenta en que momento está y en qué momento debería estar la organización parada frente a, ya sea una institución, un empresa o cualquier otra forma de representación de ello, de acuerdo al bien estar la sociedad.

Interpretando todas las normativas que debe tener una organización, con una dirección efectiva y ejecutiva, complementada con la participación activa de los socios integrantes, el funcionamiento y continuidad de toda institución, del índole que sea, podrá estar dentro de un marco representativo y emblemático para brindar sus beneficios y obtener así, su provecho.

### Características propias de la institución:

El club cuenta con 21 miembros en la actualidad que trabajan y se reparten tareas y roles dentro del mismo:

| <b>CARGO</b>                       | <b>FUNCIONES</b>  |
|------------------------------------|---|
| Presidente<br>Fiorenza Salvador    | Dirige las acciones de la organización.<br>Posee la máxima representatividad dentro del club. |
| Vicepresidente<br>Horacio Vera     | En caso de ausencia del presidente, se encarga de sustituirlo.                                |
| Secretario<br>Roberto Dibastiano   | Encargado del sector administrativo.<br>Funciona como nexo entre el club y el barrio.         |
| Prosecretario<br>Orlando Valdesovo | En causa de ausencia del secretario, se encarga de sus quehaceres.                            |
| Tesorero<br>Carlos Abbatanllo      | Administra los fondos del club.   |
| Protesorero<br>Domingo Velazquez   | Contribuye dentro del sector financiero.  |
| 6 vocales titulares                | Actúan como quórum en el proceso de toma de decisiones.                                       |
| 4 vocales suplentes                | En caso de no llegar al quórum necesario, se encargan de completar el porcentaje faltante.    |
| 5 personas de turno                | Encargados del área de mantenimiento.   |

A su vez, la asociación es integrada por los socios que practican las distintas disciplinas que Universal brinda y por los encargados de dar y entrenar a la gente que concurre a dichas actividades.

El club funciona gracias a los aportes de los socios, además de los ingresos que llegan mediante el alquiler del lugar para fiestas infantiles o de cumpleaños, y los actos políticos que allí se realizan, muchos de ellos programados para este año. Estas “entradas” claro, se gestionan y son funcionales a la organización mediante el trabajo del sector administrativo. En cuanto a la biblioteca que funciona en el lugar, es mantenida por la Municipalidad mediante asignaciones acordes a un porcentaje del 25%, del resto se hace cargo la Comisión Directiva del club.

Por su parte, las designaciones de sus presidentes varían según los tiempos del club, se hacen asambleas y se analiza la situación particular que se vive. Por ejemplo, el actual presidente Dr. Salvador Fiorenza, fue designado tras dos años del mandato de su antecesor.

### **Públicos/usuarios/beneficiarios/clientes:**

Mayormente los que hacen uso de las instalaciones del club son los socios, pero las distintas actividades están abiertas para toda la comunidad barrial y también para aquellos que no sean de la zona.

Destinatarios directos: socios del club

Destinatarios indirectos: vecinos de la zona, usuarios de las instalaciones.

## Contexto e imagen institucional:



- 1) Asociación Cultural y Deportiva Universal
- 2) Hospital Italiano
- 3) Plaza Juan Domingo Perón
- 4) Plaza Hipólito Yrigoyen
- 5) Colegios
- 6) UCALP Ciencias Exactas
- 7) Parque San Martín
- 8) Escuela Media N°126
- 9) Plaza 19 de noviembre
- 10) Talleres ferroviarios Los Hornos

Entre los hechos actuales que están afectando a la organización se encuentra, dentro de lo social, el problema de que hoy en día muchos de los padres que llevan a sus hijos a que practiquen algún deporte, lo hacen para que el niño haga simplemente algo por fuera de la escuela. Las autoridades de la institución, creen que esto tiene que cambiar porque el club no tiene que ser solo un lugar de esparcimiento sino que tiene que ser un espacio para que los chicos aprendan no solo los valores deportivos, sino sobre todo como personas. Otro hecho importante es que reciben por parte de la Municipalidad o de la Gobernación un muy pequeño subsidio, que no termina de satisfacer las necesidades que tiene las instalaciones. La mayoría de los ingresos son de los socios del club.

Los clubes que se encuentran en la zona donde se encuentra la Asociación Cultural y Deportiva Universal son Asociación Coronel Brandsen (Av. 60 entre 23 y 24), Club Atlético Platense (calle 21 entre 51 y 53). Junto con estos clubes comparte una parte del barrio, ya que estos también tienen una fuerte convocatoria a las actividades que brindan.

La imagen que se tiene del sector, en general, es que guarda una relación muy fuerte con el club Universal porque los vecinos conocen las actividades que allí se hacen, saben cuándo los chicos salen y entran de la institución, y además participan cuando el club convoca a alguna reunión social que ellos organicen. Las familias que viven alrededor reconocen que el club es un lugar muy importante para ellos, ya que se identifican con él porque alguna vez han pasado por allí a practicar alguna disciplina deportiva y saben de la trascendencia que es para el barrio.

## **Comunicación e identidad institucional:**

En un primer acercamiento a la organización pudimos observar la falta de comunicación externa, en la entrada del club no se observaba ningún cartel que oriente hacia algún punto en particular para ser atendidos, no tiene ningún tipo de organigrama o mapeo de la institución y la gran cantidad de carteles pegados en la entrada sobre actividades que se realizan en el club y propagandas de todo tipo (como por ejemplo: profesor de guitarra) hacia desvalorizar la poca información realmente importante que había (como los horarios de las clases de Pilates).

Mas adentrados a la institución en un lugar poco visible se podía observar la sala de administración, la cual llevaba un gran cartel para que sea reconocida, la cual, en el primer día que nos acercamos a la institución se encontraba cerrada (pero el club tenía las puertas abiertas).

Otros aspectos que pudimos observar en un primer acercamiento y sin habernos comunicado con ningún representante del club, fue la falta de información sobre la institución en portales digitales, las pocas producciones que pudimos advertir estaban desactualizadas completamente y referían a actividades que llevó a cabo la institución o algún resultado de un partido de básquet de hace algunos meses atrás.

Otro de los puntos que pudimos observar como comunicación externa dentro de la institución fue la falta de nomenclatura de los diferentes espacios, uno al dirigirse al segundo piso, si no es guiado por alguien que sea asiduo al club, se hace difícil diferenciar entre la oficina de los directivos y la biblioteca por ejemplo.

Por otro lado, en cuanto a estrategias de comunicación, el secretario del club Dibastiano nos comentó sobre antiguas elaboraciones de comunicación que se desarrollaron en la institución y todas ellas requerían de una atención especial en los productos, ya que estaban desarrollados a partir de mucho material textual, y de muchas páginas en un formato pequeño, lo que dificultaba la lectura. La actual comisión directiva y particularmente el señor Dibastiano elaboro una revista para el 70 aniversario del club con el lema “Uniendo Cultura y Deporte” que desarrolla



toda la historia de la institución, acompañado de imágenes, y soporte teórico con base en las diferentes actas que se formularon en el surgimiento y puesta en marcha de Universal.

En las diferentes entrevistas que tuvimos con el respectivo Secretario del club el señor Roberto Dibastiano y con el Presidente Salvador Fiorenza, ellos mismos hicieron hincapié, más de una vez, en su falta en políticas comunicacionales por parte de la institución, por problemas económicos y de tiempo principalmente, no pudieron prestarle mayor importancia, pero siempre reconociendo que era algo necesario para el club.

Por otra parte, el Presidente, nos comentó que tenían la idea de llevar a cabo la elaboración de una página web y de algún material (ejemplo díptico) sobre aspectos importantes a comunicar a los socios, ya que la única forma que tenían de hacerlo era pegando un cartel en la puerta con información (el presidente puso como ejemplo: pegar un cartel en la puerta que diga “el club permanecerá cerrado por x motivo”), lo cual conllevaba el problema de que para que los socios se enteren, tendrían que acercarse al club de todas formas.

En cuanto a los públicos, cabe resaltar las propias palabras del Presidente del Club que si bien recalca que tiene como público/usuario a gente de todas las edades y nivel socioeconómico explicó que “la mayoría son gente joven, de 25 años para abajo”, por lo tanto puntan principalmente a aquellos jóvenes, aunque sin dejar de lado a las actividades que realizan gente mayor.

La Asociación Cultural y Deportiva Universal tiene muy marcada su identidad y por tanto la refleja en todos sus ámbitos. Es una organización sumamente democrática y con una fuerte responsabilidad social. Tiene como premisa respetar aquella función de club de barrio, que a pesar de ser un club con una masa societaria importante, y de gran tamaño no solo arquitectónicamente hablando sino también por las múltiples actividades que realiza, aún hoy recupera las viejas motivaciones que tuvieron en sus inicios, las cuales en gran medida, y como dijo el Presidente del club, es juntar a los chicos que tienen tiempo libre y que deambulan por el parque, la plaza, o en sus casas, y que si bien no tiene nada malo, cree firmemente que es más productivo que pasen ese tiempo dentro de la institución, la

cual pone incapié en reforzar los lazos de amistad, el compañerismo y la necesidad de pensar en el otro.

Es una organización democrática ya que invita a través de su discurso y lo repite a menudo a participar a todo aquel que quiera hacerlo, sea socio del club o no. Y de igual forma se desarrolla la comisión directiva, que si bien tiene divididos los roles que cada uno ocupa, el señor Salvador Fiorenza dijo “es tan importante y tiene el mismo peso la opinion que tenga yo, a aquella que tiene el último de los vocales”.

### **Problemas:**

- 1) Falta de información específica del club

Particularidades y hechos que los evidencian:

- No cuentan con ningún soporte digital, como tampoco información de las actividades en la red para quienes las desconocen.
- Dejaron de realizarse producciones gráficas (gacetillas, revistas, boletines informativos).
- Por este motivo, muchos de los socios deben enterarse mediante un cartel en la puerta que, por ejemplo, la clase de pilates no se dictará, en lugar de saberlo de antemano.

- 2) Falencias en la comunicación interna

- La comisión directiva no logra articularse a la hora de realizar tareas. Cada miembro realiza las actividades según su tiempo y no por su habilidad específica.
- Desde el club no consiguen que los socios participen de manera activa de la toma de decisiones.

- 3) El club carece de un área encargada de la comunicación

- Partiendo del organigrama, no existe una persona que lleve a cabo las tareas vinculadas específicamente con la prensa.

- Las personas, sean allegadas o no al club, pueden elaborar productos comunicacionales sin que exista un control de los mismos.
- Esta problemática se evidencia a través de las dificultades que narramos anteriormente, como la carencia de información en la red o la falta de interacción entre el club y sus socios.

### **Potencialidades:**

Entendemos como potencialidades aquellos aspectos sobre los cuales, dentro o fuera de la organización, podemos influir a partir de una cualidad propia de la organización. Partiendo de esta base, podemos encontrar:

- Priorizan la comunicación informal, lo que consideramos una potencialidad, ya que la relación con los diferentes miembros se da de manera fluida y permite a nuestro grupo debatir con los dirigentes y contemplar sus necesidades, permitiendo así un instancia de feedback.
- El club cuenta con un solo ingreso (puerta principal) y una cartelera cerca del mismo, en la cual los diferentes socios se apoyan a la hora de buscar información. Creemos que esto puede facilitar el trabajo de encontrar un lugar específico de interés de los socios, y en él se pueden colocar diferentes propuestas comunicacionales.
- Los dirigentes de la organización están abiertos al cambio, por lo que no establecen una barrera a la hora de proponer ideas. De igual manera, están interesados en la ayuda que podamos aportar, esto favorece no solo la relación sino también el tiempo que nos dedican, y por otro lado genera un marco de cooperación más amplio.
- Reconocen la falta en su aspecto comunicacional, por lo que están abiertos a recibir ideas y propuestas de esta índole. Tienen una idea clara y concisa de lo que desean a futuro.
- Tienen una clara identidad fundacional, lo que nos permite construir en base a ideales ya predefinidos. Los colores del club, por ejemplo, están en cada actividad deportiva y también en su fachada exterior, lo que nos

permite una referencialidad en nuestros posibles productos; dotándolos de una identidad propia del club y del barrio (que asocien al verde y rojo con Universal).

## **PLAN COMUNICACIONAL**

### **INTRODUCCION:**

La Asociación Cultural y Deportiva Universal, es una institución que necesita un medio de comunicación que les brinde a los socios la mejor información posible respecto al club. Para ello nosotros creemos que una página web puede ser la herramienta más eficaz para llevar a cabo este objetivo.

Esta institución carece de un medio de comunicación que informe sobre todas las actividades que se llevan a cabo en las instalaciones, ya que estas se encuentran en redes sociales como Facebook pero están desactualizadas o reciben un mal tratamiento de la información. Otro aspecto negativo es que el medio para avisarles a los usuarios del club alguna noticia y/o actividad que el club desea informar, es la colocación de carteles en la puerta para comunicar estos sucesos mostrando así un área comunicacional muy carente de infraestructura.

Dentro de los aspectos positivos se encuentra el hecho de que la Asociación Cultural y Deportiva Universal, está interesado en el proyecto de la página web y un material como un folleto para que puedan tener allí la información que los socios y aquellos que no lo son requieren.

### **OBJETIVOS DEL PLAN:**

Los objetivos del plan comunicacional (página web) es acercar la mejor información que los usuarios necesitan tener para poder enterarse de una manera instantánea, de las últimas noticias de las distintas disciplinas y servicios del club. Lo que aspiramos con esta página web, es brindarle el mayor contenido posible acerca del club, su historia, sus actividades, imágenes, videos, pero de una manera en la que el usuario cuando ingrese encuentre esto y más. Por otro lado, buscaremos que la página no esté tan cargada así tiene dinámica lo expuesto allí.

Otro de los objetivos es que las autoridades puedan manejar el sitio de manera eficaz, y que ellos cuando quieran suban novedades respecto a la institución que los socios necesiten saber. Para ello se realizará una capacitación sobre los miembros de la comisión directiva y de los encargados de las diferentes actividades, para que puedan cumplir con el objetivo propuesto.

El objetivo del díptico será la de informar acerca de las actividades que el club lleva a cabo, como así también promocionar formas de contacto, con el fin de promocionar la página web, para que los usuarios se apropien de ella.

## **CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

### **PUBLICOS DESTINATARIOS:**

Los beneficiarios van a ser todos aquellos que quieran conocer la Asociación Cultural y Deportiva Universal, además de los socios que ya hacen uso de sus instalaciones.

### **ACCIONES CONCRETAS QUE SE PRPONEN PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS PLANTEADOS:**

Las acciones que nos proponemos es recolectar la información de la historia del club, imágenes de las instalaciones, información de las distintas disciplinas, servicios, etc., para poder sumarlo al sitio de internet y además para realizar el folleto.

### **MEDIOS Y PIEZA DE COMUNICACIÓN:**

Los medios de comunicación que vamos a usar son la página web con todo lo que esta requiere (pestañas, informes, imágenes, videos, etc.) y el folleto que va a estar en forma de díptico y que va a tener la dirección del club, formas de contacto y las disciplinas con sus respectivos horarios.

## **ACTIVIDADES, RESPONSABLES, TIEMPO Y RECURSO:**

Las actividades que vamos a realizar son la página web, el folleto díptico y la capacitación del personal. El folleto va a tener información de las actividades, horarios, dirección del club, va a tener un tamaño de 18 x 12 cm, va a ser de un papel de extracción brillante y de color 4/4, el tiempo para la realización dependerá del presupuesto económico del que disponga el club.

Además de esto va a estar la página web de la institución, para que encuentren una mayor información. Los responsables de llevar a cabo esta iniciativa seremos nosotros, pero luego de la capacitación se harán cargo las autoridades del club coordinándose con los encargados de los distintos deportes y además con los que están a cargo de los demás servicios del club como el buffet, biblioteca, gimnasio para subir la información. La idea es que el sitio permanezca y el club pueda usarlo como su sitio oficial. En cuanto a los tiempos para la realización, la página web deberá estar finalizada para el lunes 6 de Julio.

Por otro lado, y como último objetivo, será la realización de la capacitación del personal, con los cuales se trabajará entre la semana del lunes 6 al lunes 13 de julio, con el fin de que se apropien de la página web y puedan desarrollarla por cuenta propia. De todas formas, se dejará un teléfono de contacto del grupo, para que cualquier duda que surja durante la puesta en marcha de la página sea despejada.