LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA: PILAR PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA DEPORTIVO COJEDEÑO

STRATEGIC COMMUNICATION: A PILLAR FOR STRENGTHENING THE COJEDEÑO SPORTS SYSTEM

Franklin Alexander Guitten Urdaneta

Licenciado en Comunicación Social (UBV), Magister en Gerencia del Deporte (UDS), Doctorando en Psicopedagogía (UNELLEZ). Docente Contratado de la UBV - San Carlos, Cojedes. Venezuela. Presidente del Círculo Especializado en Periodismo Deportivo de la Seccional Cojedes del Colegio Nacional de Periodistas, ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-6307-3794> Correo: franklinguitten@gmail.com

Autor de correspondencia: franklinguitten@gmail.com

Recibido: 27/05/2025 **Admitido:** 30/07/2025

RESUMEN

Este ensayo analiza la necesidad de una estrategia comunicacional eficaz para fortalecer el conocimiento y la apropiación del Sistema Deportivo del estado Cojedes, Venezuela, como elemento clave para su consolidación y funcionamiento eficiente. A partir de una investigación aplicada en el contexto institucional del Instituto Regional de Deportes del Estado Cojedes (Indeportes Cojedes) y de diversas asociaciones deportivas que lo conforman, se examinan las principales limitaciones comunicacionales que afectan la articulación entre los diferentes actores involucrados en la gestión deportiva regional. Los resultados evidencian una débil circulación de la información, escasa claridad sobre las competencias de cada organismo, y un bajo nivel de conocimiento del sistema por parte de dirigentes, entrenadores, atletas y comunidades, lo cual compromete tanto el desarrollo integral de los talentos como el respaldo necesario para su proyección. En respuesta a este diagnóstico, se propone una línea estratégica de acción desde la Oficina de Gestión Comunicacional de la Universidad Deportiva del Sur, orientada a generar procesos de comunicación institucional más eficientes, participativos y sostenibles. Esta estrategia contempla la creación de canales de información accesibles, el fortalecimiento de capacidades en comunicación organizacional y la promoción de una cultura de intercambio de saberes entre los entes del sistema. Se argumenta que una estrategia comunicacional bien diseñada y ejecutada puede incidir positivamente en la coordinación interinstitucional, la identificación clara de responsabilidades y la atención oportuna de las necesidades deportivas, contribuyendo así al fortalecimiento del sistema y a una mayor cohesión en el sector.

Palabras clave: estrategia comunicacional, sistema deportivo, gestión del conocimiento, Cojedes, comunicación institucional.

ABSTRACT

This essay analyzes the need for an effective communication strategy to enhance knowledge and ownership of the Sports System in the state of Cojedes, Venezuela, as a key element for its consolidation and efficient functioning. Based on applied research conducted within the institutional context of the Regional Sports Institute of Cojedes State (Indeportes Cojedes) and various affiliated sports associations, the main communication limitations affecting coordination among the different stakeholders in regional

sports management are examined. The findings reveal weak information flow, limited clarity regarding the roles and responsibilities of each entity, and a low level of system knowledge among leaders, coaches, athletes, and communities. These issues hinder both the comprehensive development of athletic talent and the necessary support for its advancement. In response to this diagnosis, a strategic action plan is proposed by the Communications Management Office of the Universidad Deportiva del Sur, aimed at establishing more efficient, participatory, and sustainable institutional communication processes. This strategy includes the creation of accessible information channels, strengthening organizational communication skills, and promoting a culture of knowledge exchange among system entities. It is argued that a well-designed and effectively implemented communication strategy can positively impact inter-institutional coordination, clarify responsibilities, and ensure timely responses to sports-related needs, thereby contributing to a stronger system and greater cohesion within the sector.

Keywords: communication strategy, sports system, knowledge management, Cojedes, institutional communication.

INTRODUCCIÓN

En el intrincado entramado del desarrollo deportivo como política pública, la comunicación estratégica emerge como un pilar insoslayable, a menudo subestimado pero de impacto cardinal. Más allá de la infraestructura física, la disponibilidad de recursos humanos calificados y el flujo constante de financiamiento, la comunicación se erige como el hilo conductor capaz de entrelazar de manera efectiva las acciones institucionales con la ciudadanía, de articular a los diversos actores involucrados en el ecosistema deportivo y, crucialmente, de visibilizar los logros alcanzados, transformando el esfuerzo en reconocimiento y motivación.

En el estado Cojedes, la ausencia de una estrategia comunicacional robusta y bien definida ha mermado significativamente el alcance y la resonancia de las políticas deportivas implementadas, sembrando un

terreno fértil para el desconocimiento generalizado, la proliferación de desinformación y, lo que es aún más preocupante, una palpable falta de sentido de pertenencia tanto entre la población en general como entre los propios actores deportivos. Esta deficiencia comunicacional no solo reduce la eficacia de las iniciativas, sino que también erosiona la confianza y el compromiso comunitario, elementos esenciales para el florecimiento del deporte.

DESARROLLO

La comprensión de la comunicación estratégica en el ámbito deportivo debe trascender la visión simplista de un mero mecanismo de difusión de mensajes; debe ser entendida en su esencia más profunda como una herramienta de gestión organizacional de vital importancia, intrínsecamente ligada al éxito de cualquier política deportiva. Su planificación debe cimentarse en objetivos tangibles, medibles

y alineados con las metas generales del desarrollo deportivo: informar de manera eficaz y veraz a la población sobre las oportunidades y beneficios del deporte; formar y capacitar a los distintos actores del ecosistema deportivo, desde atletas hasta entrenadores y dirigentes; fortalecer la identidad institucional, creando un sentido de cohesión y propósito compartido; y, fundamentalmente, promover la participación activa y comprometida de la comunidad en todos los niveles.

Sin una narrativa coherente, persuasiva y empoderadora que articule claramente los propósitos, las metas y los beneficios intrínsecos de la política deportiva, el respaldo social se debilita progresivamente y la acción colectiva se fragmenta en esfuerzos aislados. Esta situación adquiere una gravedad particular y acuciante en contextos como el venezolano, donde el deporte no es percibido únicamente como una actividad recreativa o competitiva, sino como una poderosa vía de inclusión social, una herramienta probada para la superación personal y un catalizador fundamental para la cohesión social, capaz de tejer un tejido social más fuerte, resiliente y esperanzador frente a los desafíos.

Evidencia reciente, basada en estudios específicos realizados en el estado Cojedes, ha puesto de manifiesto una realidad preocupante y un obstáculo significativo: tanto los presidentes de asociaciones deportivas como los funcionarios de alto nivel encargados de la

gestión deportiva carecen de un conocimiento básico y actualizado sobre el sistema deportivo vigente en el país y en la región. Esta alarmante laguna informativa los desconecta de recursos cruciales, de las instancias responsables de la toma de decisiones y la asignación de apoyo, y, en última instancia, de oportunidades vitales de participación, desarrollo y crecimiento tanto para ellos como para las comunidades deportivas que representan.

Es crucial destacar que esta situación no puede atribuirse únicamente a la falta de voluntad individual o a una supuesta incapacidad inherente; más bien, subraya la ausencia sistémica de una estructura comunicacional eficiente y bien engrasada que garantice un acceso fluido, constante y actualizado a la información relevante, normas, reglamentos y convocatorias. Es en este punto, precisamente, donde la gerencia comunicacional estratégica revela su importancia capital y su rol transformador: debe ser una fuerza proactiva, actuando anticipadamente para informar y educar; debe ser permanente, asegurando un flujo constante de comunicación; debe ser multicanal, utilizando diversos medios para llegar a todas las audiencias; y, crucialmente, debe ser sensible a las particularidades y realidades del entorno local, adaptándose a las necesidades específicas de la población de Cojedes para construir mensajes que resuenen y empoderen.

En este escenario desafiante pero lleno de potencial, la Universidad Deportiva del Sur, como el único centro de formación superior especializado en deporte en el país, posee un rol insustituible y una responsabilidad estratégica. Desde su Oficina de Gestión Comunicacional, esta institución académica tiene la potestad, la capacidad y la responsabilidad de impulsar una auténtica transformación cultural que eleve la comunicación a un eje transversal y fundamental de la política deportiva regional y nacional.

Esto trasciende la simple producción de mensajes y la difusión unidireccional de información; implica un compromiso integral con la formación de comunicadores especializados en el ámbito deportivo, profesionales capaces de entender y transmitir las complejidades y el espíritu del deporte; la facilitación de encuentros y diálogos que fomenten la colaboración, el intercambio de ideas y la construcción colectiva de soluciones; la generación de contenido multimedia de calidad y en formatos accesibles que puedan resonar con diversas audiencias, desde jóvenes atletas hasta padres y dirigentes; la coordinación estratégica con los medios de comunicación locales y nacionales, asegurando una cobertura amplia y positiva de las actividades deportivas; y, esencialmente, el establecimiento de indicadores de impacto rigurosos que permitan medir la efectividad de las acciones

comunicacionales, garantizando que los esfuerzos se traduzcan en resultados tangibles.

La comunicación, en este sentido, debe dejar de ser un mero accesorio complementario para consolidarse como una estrategia central, indispensable y dinamizadora para el progreso y la consolidación del sistema deportivo en Cojedes y más allá. Autores de la talla de Chiavenato (2006) y López Viera (2003) han enfatizado con vehemencia que toda estrategia comunicacional exitosa y sostenible se fundamenta en un principio inquebrantable de orden, de planificación meticulosa, de dirección clara y de evaluación constante.

Siguiendo estos preceptos fundamentales, es imperativo y urgente diseñar y construir una narrativa institucional unificada y potente que sea capaz de integrar los discursos dispersos y a menudo contradictorios que actualmente prevalecen en el ámbito deportivo de Cojedes. Esta narrativa debe no solo promover un profundo y arraigado sentido de pertenencia entre todos los involucrados, desde los atletas más jóvenes hasta los veteranos dirigentes, sino también informar con una claridad meridiana y sin ambigüedades a los actores sobre el funcionamiento preciso y las complejidades del sistema deportivo. Esto incluye delinear de forma explícita sus derechos y deberes, así como proporcionar las vías efectivas y accesibles para su involucramiento activo y significativo en los procesos de toma de decisiones y en la

implementación de las políticas. La creación de esta narrativa no es un mero ejercicio de relaciones públicas, sino una construcción de significado compartido que fortalece la identidad colectiva y orienta la acción.

Para que una estrategia comunicacional sea verdaderamente sólida, efectiva y perdurable en el tiempo, debe concebirse con fases bien definidas, estructuradas y secuenciales. Inicialmente, se requiere un diagnóstico exhaustivo y participativo de las necesidades comunicacionales de todos los grupos de interés, identificando las brechas de información, los canales preferidos y las percepciones existentes. A partir de este diagnóstico riguroso, se procede al diseño de una línea editorial clara y consistente que garantice coherencia, pertinencia y un tono apropiado en todos los mensajes y plataformas.

Seguidamente, se impone el desarrollo de contenido original, relevante y de alta calidad en formatos diversos y accesibles (textos, gráficos, videos, podcasts), que puedan resonar con diferentes públicos y adaptarse a las particularidades de cada canal de difusión. La implementación efectiva de esta estrategia se llevará a cabo a través de una variedad de canales, que deben incluir tanto medios tradicionales (radiales, televisivos, comunitarios) como plataformas digitales innovadoras (redes sociales, sitios web,

aplicaciones móviles), maximizando así el alcance y la penetración del mensaje.

Crucialmente, debe establecerse un sistema de retroalimentación constante y bidireccional que permita monitorear la recepción de los mensajes, medir su impacto y ajustar la estrategia en tiempo real para optimizar su efectividad. Además, es fundamental incorporar la formación y capacitación de multiplicadores comunicacionales en cada asociación deportiva, club y comité parroquial, fomentando así una verdadera descentralización del conocimiento y una democratización del acceso a la información, creando una red capilar de comunicación que llegue hasta el último rincón del estado.

El contexto venezolano actual, si bien marcado por limitaciones económicas significativas y desafíos sociales complejos, no puede ni debe ser utilizado como una excusa válida para la improvisación en la comunicación o, lo que es aún más perjudicial, para el silencio comunicacional. Al contrario, estas circunstancias adversas exigen una mayor creatividad, un ingenio agudizado y un compromiso inquebrantable con la misión.

La estrategia comunicacional en Cojedes debe ser inherentemente resiliente, capaz de adaptarse y persistir ante las dificultades; debe ser adaptativa, evolucionando según las necesidades y el entorno cambiante; y, sobre todo, debe estar profundamente alineada con los

valores intrínsecos y eternos del deporte: la disciplina, la constancia, la solidaridad, el respeto y el trabajo en equipo. Estos valores, que constituyen el corazón y el alma de la práctica deportiva, pueden y deben reflejarse de manera auténtica, transparente y poderosa en la forma en que las instituciones deportivas se comunican con su gente, inspirando confianza, promoviendo la participación y forjando un sentido de unidad y propósito compartido. La comunicación efectiva se convierte así en un acto de fe y esperanza en el potencial transformador del deporte.

En suma, el fortalecimiento integral del sistema deportivo del estado Cojedes trasciende con creces la mera inversión en infraestructura física o la asignación de un mayor financiamiento. Requiere, en un plano más profundo y esencial, una voluntad política férrea e inquebrantable, una visión institucional clara, estratégica y de largo plazo, y, por encima de todo, una comunicación que sea no solo clara y estratégica, sino también profundamente empática y humanista.

Una comunicación que no se limite a informar hechos, sino que también una voluntades, genere sinergias y, lo más importante, inspire a la acción colectiva. Una comunicación que empodere a cada atleta, a cada dirigente deportivo, a cada miembro de la comunidad, permitiéndole sentirse no solo informado, sino verdaderamente parte activa de

un proyecto colectivo con sentido profundo, con un rumbo definido y con la esperanza palpable de un futuro deportivo más próspero, inclusivo y equitativo para el estado Cojedes y sus habitantes.

CONCLUSIÓN

El primer paso para la Universidad Deportiva del Sur (UDS) al implementar esta estrategia comunicacional en Cojedes sería la realización de un diagnóstico comunicacional integral y participativo. Los resultados del presente trabajo resaltan consistentemente la falta de conocimiento básico sobre el sistema deportivo vigente entre presidentes de asociaciones y funcionarios, la desconexión de recursos e instancias responsables, y la ausencia de una estructura comunicacional que permita el acceso fluido a la información.

Un diagnóstico comunicacional no solo confirmaría estas percepciones, sino que iría más allá, ofreciendo una radiografía detallada de la situación actual. Este diagnóstico debe ser multifacético y abordar varios aspectos clave:

- Identificación de públicos clave y sus necesidades: No es solo "la población", sino atletas, entrenadores, dirigentes, padres, funcionarios gubernamentales, medios de comunicación, etc. Cada grupo tiene necesidades de información y canales preferidos distintos. El diagnóstico revelará qué saben, qué

necesitan saber y cómo prefieren recibir esa información.

- Análisis de canales de comunicación existentes y su efectividad: ¿Qué medios se están utilizando actualmente (si es que se usan)? ¿Son efectivos? ¿Llegan a las audiencias correctas? El diagnóstico permitiría identificar brechas y oportunidades para nuevos canales (digitales, comunitarios, etc.).
- Percepciones y actitudes: ¿Cuál es la percepción actual del sistema deportivo y de las instituciones involucradas? ¿Existe desconfianza o apatía? Entender estas percepciones es fundamental para construir mensajes que resuenen y generen confianza.
- Capacidades comunicacionales internas: Evaluar las habilidades y recursos comunicacionales existentes dentro de las asociaciones y organismos deportivos. Esto identificaría quiénes podrían ser los "multiplicadores comunicacionales" y qué formación necesitarían.
- Barreras y facilitadores: ¿Qué obstáculos impiden una comunicación efectiva (falta de recursos, desinterés, burocracia)? ¿Qué elementos podrían facilitar la implementación de una estrategia (voluntad de algunos actores, redes comunitarias existentes)?

Al recopilar esta información de manera sistemática y participativa, la UDS no solo comprenderá el panorama actual, sino que también sentará las bases para una estrategia comunicacional proactiva, permanente, multicanal y sensible a las realidades del entorno, tal como lo postula el ensayo. Este diagnóstico ofrece la hoja de ruta precisa para el diseño de una línea editorial coherente, el desarrollo de contenido relevante y la selección de los canales más efectivos, asegurando que los esfuerzos comunicacionales sean dirigidos y tengan un impacto real en el fortalecimiento del sistema deportivo en Cojedes. Sin este paso inicial, cualquier acción comunicacional corre el riesgo de ser un "disparo al aire", carente de dirección y efectividad.

Fortalecer el sistema deportivo del estado Cojedes requiere mucho más que infraestructura o financiamiento. Requiere voluntad política, visión institucional y, sobre todo, una comunicación clara, estratégica y empática; una que informe, que una, que inspire; una que permita a cada atleta, a cada dirigente, a cada ciudadano, sentirse parte de un proyecto colectivo con sentido, con rumbo y con esperanza.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación. Caracas: Episteme.
- Chiavenato, I. (2006). Comportamiento organizacional. McGraw Hill.

- Guzmán, S. (2006). Sistema deportivo: estructura y funcionamiento. Editorial Inde.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2008). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.
- López Viera, R. (2003). Comunicación organizacional y estrategias. UCV.
- Martínez, Y. (2009). Estrategias comunicacionales y posicionamiento. UPEL.
- Laswell, H. (1948). Structure and Function of Communication in Society.