

FUNCIONES DEL LENGUAJE

La comunicación ha ido adquiriendo una importancia creciente dentro del mundo del deporte, de modo que la relevancia de la comunicación dentro de la gestión del deporte actual es sostenida por diversos autores, quienes argumentan que se ha convertido en un instrumento esencial para alcanzar los objetivos de las organizaciones deportivas. Sin embargo, los resultados de ciertas investigaciones describen cómo en España ni siquiera las organizaciones deportivas profesionales han alcanzado un nivel de desarrollo de su política de comunicación acorde a su relevancia económica y empresarial.

Junto a otras actividades más tradicionales de la gerencia empresarial, como son las estrategias administrativas, gerenciales, contables, fiscales, deportivas y jurídicas, Zapata (2010) afirma que los rectores de las organizaciones deportivas “no pueden dejar a un lado la herramienta comunicacional, como componente básico de una labor periódica que interna y externamente hace que la organización se mantenga en contacto, gane en imagen y finalmente se vuelva competitiva”. De este modo, sostiene que los directivos de federaciones, ligas, clubes e institutos de deporte “deben utilizar la comunicación como componente estratégico para garantizar el éxito corporativo de la institución que orientan”. En esta línea, Mestre (2004) considera que “una acertada divulgación del deporte (...) diseñada por expertos, utilizando en cada caso las estrategias apropiadas, predispone, acerca y motiva hacia su práctica”.

Gambau (2006) se apoya en Grönroos y Rubinstein (1986) para describir diferentes ámbitos del deporte en los que la comunicación muestra su importancia, comenzado por la interacción verbal y no verbal entre los profesionales del deporte y el alumnado, los deportistas, usuarios y clientes, pero también “en una serie de situaciones dentro de las organizaciones deportivas como son la comunicación personal, la comunicación masiva, la comunicación directa e incluso la ausencia de comunicación”.