



INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR N° 813

“PROFESOR PABLO LUPPI”

EDI II: TALLER DE GESTIÓN COMUNICACIONAL EN EL DEPORTE

TERCER AÑO

1º Cuatrimestre. 3 Hs. cátedra

Modalidad: TALLER

Fundamentación

“..La creciente importancia del deporte dentro de la sociedad actual ha alcanzado a muy diversos ámbitos: educación, ocio, salud, espectáculo. De ahí el gran desarrollo que el deporte ha experimentado en los últimos años hacia una mayor profesionalización, imponiéndose el interés por la gestión eficiente de las organizaciones deportivas, y por tanto, de los procesos de comunicación. Para realizar una adecuada gestión de la entidad deportiva es necesario considerar todo el proceso de la comunicación deportiva, formado por un agente emisor (la organización deportiva), un mensaje que transmite (información, publicidad, patrocinio, etc.), un canal por el que se difunden los mensajes (prensa escrita, radio, televisión, vallas, folletos, internet, buzoneo, etc.), y un agente receptor de estos mensajes o público objetivo. Este esquema constituye la fase inicial del proceso, al que debemos añadir la comunicación de retorno o feed-back, pues los públicos de la organización deportiva se convierten a su vez en agentes emisores de una información que resulta útil conocer a la entidad deportiva para alcanzar sus objetivos organizativos...” (La Comunicación en la Gestión Deportiva Carlos A. Ballesteros-Herencia-Universidad de Castilla-La Mancha, 2011)

La TSED del Anexo Epuypén es una carrera cuyo perfil profesional tiene una incumbencia de gran importancia deportiva en los ámbitos tanto de gestión pública como de gestión privada de cualquier localidad.

Si pensamos en la comarca andina como ámbito laboral donde se van a desarrollar los/as futuros/as técnicos/as como profesionales, sabemos que es una región que se caracteriza por tener un porcentaje alto de actividades deportivas que dependen del sector público, por eso, es importante comprender el rol estratégico de la comunicación en el ámbito institucional y de las organizaciones sociales, tanto como herramienta para la construcción de consensos como visualizar a la comunicación como parte constitutiva de toda política pública, y toda acción de promoción y difusión de prácticas y paradigmas, con particular enfoque en la problemática del deporte y la salud. Por ello, adquirir nociones de diagnóstico y planificación comunicacional, aplicadas a las actividades deportivas, son temáticas que no deben quedar fuera del currículo de esta tecnicatura al momento de elaborar estrategias de comunicación en el deporte.

Así mismo, del hecho de asumir una relación comprometida con las instituciones deportivas locales manifestando una actitud responsable, ética y comprometida se desprende el deber de conocer el sistema social de prácticas deportivas locales y regionales, realizando un análisis estructural y sistémico de las instituciones deportivas de la Comarca Andina, lo cual nos lleva a incluir dentro de la estructura curricular de la carrera un espacio que valore la importancia de la planificación en el desarrollo institucional articulando por ello, con los contenidos del taller “Elaborar proyectos” logrando que la interdisciplinariedad promueva el acceso de los/as estudiantes a la práctica deportiva.

CONTENIDOS MÍNIMOS:

- La comunicación como herramienta de gestión en organizaciones del sistema deportivo. La comunicación como proceso social atravesado por relaciones de poder. La comunicación como factor estratégico para la construcción de consensos y para la transformación social. Diagnóstico y planificación de la comunicación. Estrategias y proyectos comunicacionales en organizaciones-dispositivos vinculados al deporte
- El sistema social de prácticas deportivas. Encuadre normativo. Leyes nacionales y provinciales. Hábitos deportivos de la población. Itinerarios deportivos. Estructura de las instituciones deportivas. Planificación en las organizaciones deportivas. La gestión del deporte en los ámbitos social y federado. El rol del técnico deportivo en los equipos interdisciplinarios en el diseño, implementación y evaluación de proyectos deportivos

Perfil Docente: Lic./Prof. de Sociología.

Bibliografía Sugerida:



INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR N° 813

“PROFESOR PABLO LUPPI”

- Billings, A. (2010). *La comunicación en el deporte*. Barcelona: Editorial UOC-Aresta.
- Castañón, J. (2004). El lenguaje deportivo como generador de expresiones para otras áreas informativas. *Idioma y deporte*, 47. Recuperado el 11 de marzo de 2011 desde www.idiomaydeporte.com.
- Gallardo, L. y Jiménez, A. (2004). *La Gestión de los Servicios Deportivos Municipales. Vías para la Excelencia*.
- Gambau, V. (2006) Deporte y Comunicación. Introducción al libro de actas. *Investigación Social y Deporte*, 8, 11-12.
- Mestre, J.A. (2004). *Estrategias de gestión deportiva local*.
- Moragas, M. (1999). Comunicación y deporte en la era digital. Sinergias, contradicciones y responsabilidades educativas. *Revista de la Facultad de Comunicación de Lima*, 12, 73-92.
- Moragas, M. (2008). Comunicación y deporte en la era digital. *Investigación Social y Deporte*, 8, 15-24.
- Paniagua, P. (2003). *Información deportiva*. Madrid: Editorial Fragua.
- Pulgar, L.D. (2001, Septiembre). Hacia nuevas políticas de comunicación deportiva. *El Publicista*, 50, 16-30.
- Santanderextremo (2014) *El deporte está entre los 10 principales negocios del mundo*. Recuperado el 6 de septiembre de 2014 desde <http://santanderextremo.com/extremo/?p=2644>.