

## Promotor comunicador, una herramienta para el deporte comunitario

Escuela Internacional de Educación Física y Deporte de Cuba  
(Cuba)

**Drc. María de La Cruz Nápoles Salazar**  
[marians@inder.cu](mailto:marians@inder.cu)

### Resumen

El artículo aborda las reflexiones de la autora en el conocimiento de los axiomas, las exigencias Socio-pedagógicas para la comunicación interpersonal en el contexto de la actividad física comunitaria, desde el reconocimiento del "promotor comunicador", como uno de los factores que condicionan no sólo el éxito en el deporte comunitario, sino ante todo la formación de la personalidad en el contexto de la actividad motriz.

**Palabras clave:** Promotor deportivo. Axiomas. Comunicación interpersonal. Exigencias sociopedagógicas.

1 / 1

### Introducción

La comunicación, entre la intersubjetividad en el grupo comunitario es un factor importante, más que elemento mediatizado de la actividad motriz, tal como lo consideran algunos autores, la acción motriz es un canal de transmisión que los promotores, al igual que los entrenadores, están obligados a descodificar, pues se trata no sólo de transmitir información y emociones, sino de regulación de la acción de los sujetos y del estado psíquico del practicante o grupo, lo cual se realiza a través de la comunicación .

Así, para desempeñar su misión social, el rol fundamental del promotor deportivo, es Comunicativo. Las relaciones que pueden establecerse entre los modelos educativos, modelos de comunicación y los estilos que como tendencia matizan las formas predominantes influyen en el quehacer comunitario. En innumerables situaciones la autoafirmación, constituirá un vehículo determinante para enfrentar con éxito, realidades tales como:

- Ante los mensajes a los jugadores de aliento, fortaleza o reclamación volitiva, productos de los estados emocionales ante durante el juego
- Ante la explicación a sus jugadores de una técnica o ejercicio complejo
- Ante el reclamo de los padres, porque consideran que sus hijos no juegan con la frecuencia que debían hacerlo.
- Ante la declaración a los medios o superiores de la situación actual deportiva en la comunidad, de manera que no hiera la sensibilidad de los mismos, ni comprometa la disposición cooperativa de los entes comunitarios.
- Al comunicar durante un juego la necesidad de cambio de táctica y estrategia
- Ante la resolución de conflictos que se derivan de una rivalidad no saludable durante los encuentros y que necesita de su intervención y oportuna orientación.
- Ante el control emocional de sí mismo, como ser humano, ante las cargas de tensión que generan los encuentros competitivos de relevancia entre las comunidades.

Por otra parte, la calidad de la comunicación interpersonal constituye generalmente un indicador de la atmósfera psicológica de la relación; al favorecer la elaboración de estrategias de comportamientos, de posibles y necesarios cambios en aras del proceso de ínterinfluencia.

Pero para que esto ocurra es necesario conocer que en materia de comunicación interpersonal, existen axiomas, verdades comprobadas, que constituyen punto de partida, para una efectividad comunicativa, En el libro, Fundamentos de la Psicología del Deporte, de Antonio Hernández Mendo, 2003, se plantean la existencia de ciertos axiomas Pearson y Col. (1993) establecen los siguientes:

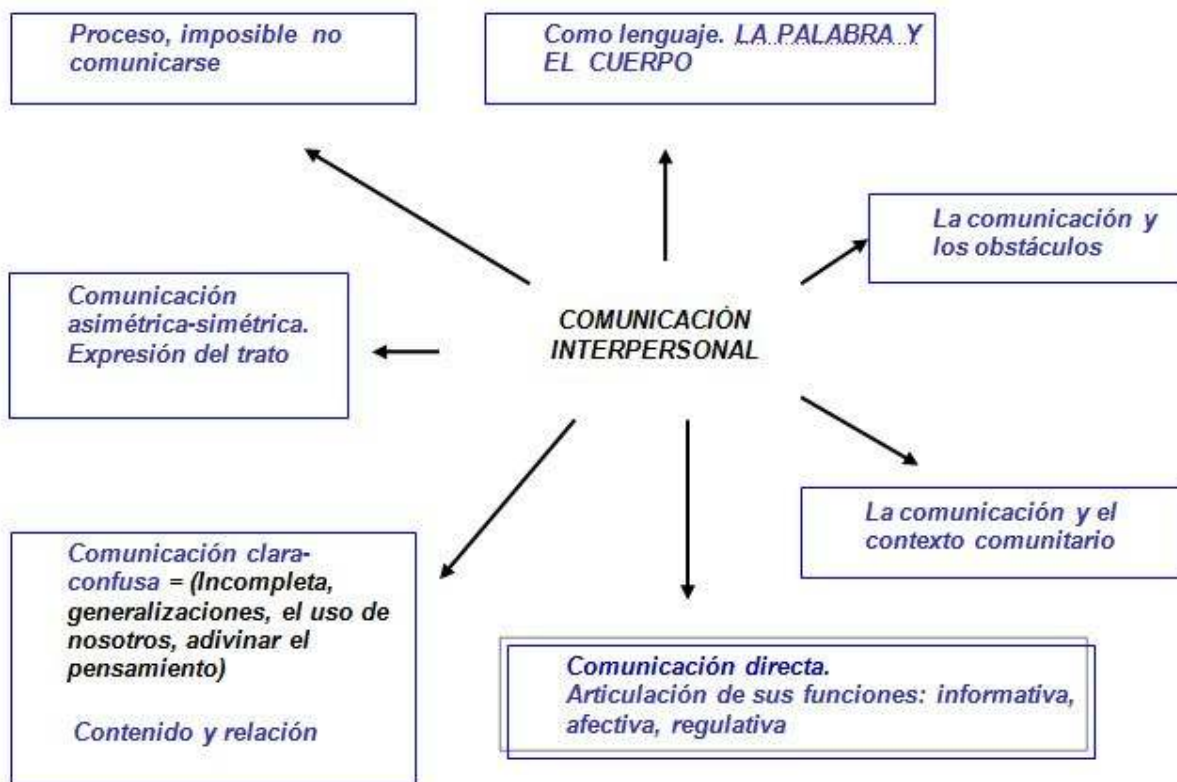
1. La comunicación es un proceso.
2. La comunicación supone una negociación y un trato.
3. La comunicación tiene lugar en un contexto determinado.
4. La comunicación implica códigos.
5. La comunicación es una transacción.
6. La comunicación está compuesta por transacciones complementarias y simétricas.

Por otro lado Wazlawick y col. (1997), en esta misma línea, dice:

1. No es posible no comunicarse.
2. Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional tales que el segundo clasifica al primero y es, por ende, una metacomunicación.
3. La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación entre los comunicantes
4. Los seres humanos se comunican tanto digital como analógicamente. El lenguaje digital cuenta con una sintaxis lógica sumamente compleja y poderosa pero carece de una semántica adecuada en el campo de la relación, mientras que el lenguaje analógico posee la semántica pero no una sintaxis adecuada para la definición inequívoca de la naturaleza de las relaciones.
5. Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según que estén basados en la igualdad o en la diferencia.

A partir de los elementos que conforman el proceso comunicativo, adquiere su particularidad la concepción de los mismos, válida para el contexto deportivo comunitario" los axiomas se contemplan como las normas reguladoras de la conducta comunicativa humana al menos de aquellos sobre los que hay acuerdo entre los distintos autores." (Hernández, 2003)

Una visión coincidente con los planteamientos anteriores nos invita a comprenderla como:



La comunicación interpersonal es el proceso de expresión compleja de las relaciones humanas a través de intercambios de mensajes, que posibilitan el trato entre dos o más personas y que proporciona una influencia mutua, a partir de sus desempeños esenciales informativos, afectivos y regulativos.

“La función informativa se refiere a la transmisión, recepción y construcción de información. Incluye el propio contenido que se trasmite, su variedad y riqueza o apertura comunicativa, la profundidad con que se aborda el contenido y frecuencia en que aparece. (Fernández, 2005)

La función afectiva apunta hacia la transmisión de afectos, emociones, a la determinación de vivencias y estados emocionales mutuos, a la satisfacción de necesidades de aceptación, valoración, comprensión, apoyo, confianza e intimidad psicológica.

La función regulativa está asociada con el control y la regulación mutua de los sujetos interactuantes, si tal control y regulación inhiben o estimulan el comportamiento del otro, si proporcionan el intercambio, la participación conjunta de la configuración de motivos y proyectos de la relación, la propulsión del comportamiento y la reflexión independiente, o si es restrictivo, autoritario, bloqueador de ideas y conductas, propiciador de un ejercicio asimétrico del poder”.

Concienciar que estas funciones devienen en aspecto esencial para la labor comunitaria del promotor deportivo, depende del lugar que le otorguemos y de los recursos personalógicos de los sujetos en su papel social.

Por otra parte, resulta imposible hablar de una misma forma de comunicación para distintos deportes ni para el mismo deporte, Lo que si es común a todos es la manera más eficiente de hacerlo, lo que nos

convoca al logro de un cambio hacia el desarrollo de la tarea formativa en la enseñanza motriz, la institución deportiva comunitaria en fin los agentes socializadores involucrados en el proceso.



No existen dos promotores que empleen las mismas técnicas de comunicación. Ello está condicionado por el estilo los recursos personológicos, la experiencia de vida, costumbres, idiosincrasia, el tipo de deporte, las exigencias psicológicas que demandan los deportes a sus practicantes, los espacios y escenarios donde se ejecutan; si son grandes y abiertos o más reducidos o cerrados, así como las propias relaciones espaciales entre los jugadores y el promotor lo cual determina las expectativas de la comunicación, sus diferencias y el predominio de los canales empleados para la transmisión de los mensajes: formas verbales o extraverbales.

Las condiciones objetivas de cada juego deportivo, así como el papel desempeñado por cada jugador, determinan las particularidades de la comunicación entre los miembros del grupo que interactúa. (Puni, 1997)

Así a decir de algunos autores los sistemas de comunicación que resultan eficaces en Tenis, no necesariamente funcionan en un campo de fútbol o en un circuito de carrera de motocicletas...La carrera de pista, el fútbol, el jockey sobre hielo, se consideran deportes donde la comunicación no verbal es más frecuente que en el baloncesto, en la piscina o en el ciclismo en carretera. Lo anterior hace necesario el dominio de las especificidades del deporte, las particularidades psicológicas de los practicantes y el dominio de un saber en cuanto a técnicas comunicacionales que eleven las competencias comunicativas del promotor deportivo.

La intencionalidad en el estilo de comunicación parte de la manera personal que tiene el promotor de comportarse en situaciones comunicativas que lo identifica. Generalmente se mantiene en el comportamiento del sujeto en diferentes esferas de actuación, trasciende a las habilidades, de acuerdo con los teóricos que la reconocen como tal

El promotor autoritario monopoliza la situación comunicativa, esta es unidireccional, de orden y mando egocentrismo, los mensajes verbales y gestuales tienden a bloquear la expresión auténtica del practicante, las voces de mando son antisonantes, provocando la inhibición condicionada y el inadecuado aprendizaje de la interacción humana, por ello es importante.

- Saber pedir mayor esfuerzo en correspondencia con las características de las edades.
- Saber pedir un mayor esfuerzo para perseverar en la ejercitación motriz, la resistencia como mecanismo de la voluntad, sin daño a la autoestima del yo y del otro.

- Saber pedir y enseñar al sujeto el empleo del lenguaje interior (Puni, 1976, el lenguaje de auto-mandato Abelskaya (1966) para movilizar la disposición o lo que Sainz denomina el uso de la "partitura verbal – volitiva".
- Saber negociar ante las peticiones de abandono, peticiones pobremente razonadas, brindando la oportunidad para el cambio del comportamiento no deseado.
- Ser flexible para poder conseguir los deseos propios de manera que sean compartidos por el practicante a partir de los intereses deportivos de uno de ambos y/o del equipo
- Ser directo y claro, en el momento preciso y con la frecuencia adecuada las palabras seleccionadas durante la ejecución de las acciones, teniendo en cuenta, las características individuales para su comprensión.
- Dar a conocer mis sentimientos y a la vez promoviendo los sentimientos de los otros. .Cuando los pensamientos del practicante como actores del acto comunicativo, son coincidente, la comunicación se produce a través de formas más abreviadas del lenguaje, funcionando más bien como una regla que una excepción, el lenguaje corporal se agiganta.
- Ser sensible en la relación centrándose en ella más que en el problema.

La autoridad y respeto que requiere la relación del promotor deportivo comunitario con sus practicantes no debe estar lograda a través del abuso, de la imposición, la investidura de superioridad, el uso desmedido del regaño, la censura ante los errores, y la no personalización en los contactos.

Estos elementos conllevan a un ambiente coercitivo, que para nada tiene que ver con la voluntad y disciplina. Como respuesta defensiva pueden traer al área, el miedo, la chabacanería, la agresividad verbal, inhibición y toda suerte de nocivos hábitos en las maneras de comunicar y relacionarse.

No se trata de que la comunicación esté exceptuada de la autoridad y el respeto necesario en la relación. André Berbe (1967) Alfredo Aguayo (1941) y Mario Kaplún plantearon desde entonces que las libertad sin freno Laissez-Faire así como las relaciones autoritarias y dictatorial fueron un fracaso. Cuando la educación deportiva es autoritaria y unidireccional es bloqueadora de la expresión y por ende forma mal.

Se hace necesario una disciplina que permita promover el respeto hacia sí mismo y hacia los demás, enseñando el poder de la autoafirmación el poder de ser inteligentes emocionalmente; de no intentarlo puede perder la eficacia de su rol en el proceso de educación del movimiento y mermar en sus competencia comunicativa, reclamo para el logro de la eficiencia, factor para la *maestría oral del promotor*.

- Determinar cuáles son las *exigencias socio pedagógicas del proceso comunicativo durante el espacio deportivo comunitario*, deben responder a las pretensiones psicológicas que demandan a sus practicantes los diferentes deportes, así como las características de la comarca y la edad.

Tomando como punto de partida la experiencia de las investigaciones de Van Van Kalik, así como el resultado de observaciones realizadas en el terreno comunitario de la hermana República Bolivariana de Venezuela y el papel que juegan los promotores en la idea magistral de la masificación del deporte como ente de bienestar y salud, desde, en y a través de la comunidad, podemos precisar dichas exigencias. Requerimientos que parten de la pluralidad de problemas que se solucionan con la comunicación pedagógica, entendida ésta como: *"Sistema de interacción socio- psicológica...cuyo contenido consiste en el intercambio de información y afectos, la influencia educativa y la organización de la interrelación con ayuda de medios educativos. El promotor actúa como activista de este proceso. La comunicación pedagógica es un tipo especial de comunicación interpersonal"* (Nápoles, 2002)

- Presencia del contacto psicológico con el practicante , lo cual favorece el proceso de transmisión de la información, su aceptación por el grupo en el caso de deportes colectivos o el acercamiento al individuo.
- Preparación de una agenda general de la sesión de intervención comunitaria (introducción en la estructura del ejercicio, los elementos de los temas de la conversación, preguntas, situaciones de reflexión en el área). Selección del materia o ejercicio demostrativo, ejemplos claros. Su combinación adecuada garantiza un contacto psicológico seguro en el proceso de enseñanza y por consiguiente la inclusión real del sujeto en el proceso de adquisición de la habilidad motriz.
- La creación en los practicantes de un ambiente de búsqueda colectiva y reflexiones conjuntas, lo cual es muy favorecida al realizar todo tipo de enseñanza problémica, lo que estimula la repetición necesaria como fase de la formación del hábito motor, al ser acompañada o precedida de la autodeterminación, aspecto de gran valor para un ambiente de distensión durante el juego
- La dirección de la actividad cognoscitiva del practicante durante el proceso mediante la comunicación pedagógica. Atención al estilo de la comunicación, éste influye mucho en el éxito de la enseñanza: garantiza la preparación de los practicantes para asimilar los técnicas, ayuda a eliminar la barrera psicológica ,contribuye a organizar las interrelaciones sobre la base del entusiasmo de la actividad creativa conjunta.
- La unidad de los aspectos personales y profesionales en el proceso de la interacción del promotor y los practicantes, la cual garantiza no sólo el sistema informativo de la sesión. Los procesos de empatía que surgen en el proceso pedagógico deportivo ayudan a realizar los principios de retroalimentación en la enseñanza.
- El sistema pedagógicamente útil de las actividades recíprocas se forman entre el entrenador y el o los atletas en el proceso de la enseñanza. Este garantiza la orientación de los practicantes hacia la comunicación con el pedagogo y su disciplina deportiva, contribuye a elevar el nivel de motivación en el aprendizaje y por ende el disfrute de la práctica deportiva.
- El deporte comunitario para la efectividad en su funcionamiento requiere construir entre sus integrantes razones de ser, valores, respeto, confianza visión de futuro, objetivos, acciones, metas por las cuales se organizan, esto implica proceso de interacción humana, lo cual nos permite destacar una de las vías principales para contribuir al logro de lo anterior, *promotor-comunicador*.

## Bibliografía

- Alejandro Marta, y Vidal Ramón J. (2004) *Comunicación y educación popular*". Selección de lecturas. La Habana, .Editorial Caminos.
- Fernández Lourdes. R. (2005) *Pensando en la Personalidad*. Tomo I La Habana, Editorial Félix Varela.
- Fernández Leiva, Nelli (2011) *Entrenamiento Grupal para la comunicación oral en promotores deportivos de la comunidad Los Teques*, En tesis de Maestría.
- Kaplun, M. y Sarramona, J. (1992) El estado actual de la comunicación educativa y de la alternativa. En: *Revista Alternativa*. (8) Vol. VI; Argentina.
- Kan Kalik; V. (1987) Para el maestro sobre la comunicación pedagógica. *Resumen y comentarios de la Dr. Ojalvo*. La Habana, CEPES; Cuba
- Nápoles Salazar; M. (2002) Un enfoque comunicativo para la educación". *Revista EIEFD*. Vol 1 No 1 La Habana, 17-20pp
- Sánchez, Acosta, M. (2005) Motivación, liderazgo y comunicación. En: *Psicología del entrenamiento y la competencia Deportiva*. Ed. Deportes, 23-47pp.
- Sainz, N. (s/f) *Psicología de la Educación Física y el Deporte*. 20p. (Libro digitalizado)

*Lecturas: Educación Física y Deportes, Revista Digital.* Buenos Aires, Año 16, N° 166, Marzo de 2012. <http://www.efdeportes.com/efd166/promotor-comunicador-para-el-deporte-comunitario.htm>