



# Haz que los medios sean tus aliados

Janet Young y Kerryn Pratt

## RESUMEN

Este trabajo proporciona una visión general sobre los aspectos clave del trabajo con los medios. Si bien existe un enorme potencial para lograr y construir relaciones con los jugadores y con otras partes interesadas, los entrenadores deben tener en cuenta los riesgos asociados con la comunicación inexacta y despectiva.

**Palabras clave:** medios, comunicación, información.

**Recibido:** 26 Julio 2017

**Aceptado:** 21 Octubre 2017

**Autor correspondiente:** Janet Young.

Correo electrónico:

[janet\\_young7@yahoo.com.au](mailto:janet_young7@yahoo.com.au)

## INTRODUCCIÓN

Los medios son parte de la vida diaria. Si bien pueden representar diferentes cosas para las diferentes personas, los medios se han definido como “un rango de modalidades de comunicación, que incluye medios tradicionales como el material impreso, la televisión, y la radio, pero también las comunicaciones basadas en internet, como las revistas en línea, los podcasts y los blogs” (Matthews, 2015, p.36). Sin lugar a dudas, el abanico de los medios ha cambiado terriblemente en los años recientes, tanto, que se dice que estamos viviendo en una “era de transmisión instantánea de la información” (Shoemaker y Ashburn, 2000). Nunca ha sido tan evidente como con la explosión de las redes sociales y digitales que conducen a nuevos modos de comunicación y de compromiso con el público. ¡Basta considerar los miles de millones de personas en todo el mundo que tienen cuentas en Facebook, Instagram y Twitter!

Cualquier usuario de dispositivos electrónicos puede crear y subir contenidos, dejando atrás a los guardas de los “viejos medios” como los periodistas, editores o productores. Esta revolución de la producción de contenidos proporciona sorprendentes oportunidades, no obstante, puede haber escollos.

Es comprensible que algunos entrenadores duden antes de comprometerse con los medios; otros los eligen como voceros, presentadores, escritores y consumidores (es decir, para recibir noticias en línea o por las redes sociales). Con visión de futuro, los entrenadores necesitarán trabajar con los medios a medida que éstos se transformen cada vez más en nuestro ‘modus operandi’. Todos debemos ser comunicadores, ¡y comunicadores efectivos! En este artículo, destacamos algunos aspectos clave para facilitar el compromiso efectivo con los

medios, y ofrecer estrategias prácticas para asegurar que la comunicación del entrenador sea clara, precisa y ética.

## Ejemplos de las actividades de los medios

Las oportunidades que tienen los entrenadores con los medios incluyen:

- Proporcionar contenido para una revista de tenis, periódico local, radio o boletín de novedades
- Escribir un editorial o una carta a un editor
- Proporcionar opinión sobre el tenis y/o entregar mensajes a través de diferentes medios
- Ejercer influencia en las políticas y dirección del tenis despertando a la opinión pública con información y mensajes, por medio de las redes sociales, que luego son recogidos por los medios tradicionales
- Preparar comunicados/ volantes/ folletos/ páginas de internet, etc. sobre programas, campos y otras actividades relacionadas con el tenis.
- Usar Twitter, Facebook, Instagram y blogs etc. para conectarse con los jugadores, los padres y otras partes interesadas
- Comentar los partidos en radio, televisión, podcasts, etc.
- Crear videos con fines de entrenamiento.

## Beneficios potenciales

La explosión de las opciones en medios, y particularmente, el aumento del uso de las redes sociales, tienen beneficios potenciales de alto alcance para los entrenadores:

- Diseminar la información amplia y rápidamente
- Controlar el mensaje, particularmente por medios digitales
- Crear consciencia/ promover el negocio y las actividades de entrenamiento
- Construir y fortalecer relaciones y negocios profesionales
- Facilitar las interacciones activas con los jugadores, otros entrenadores, etc.
- Comprometerse con los jugadores y con los equipos para producir contenidos
- Establecer y construir un perfil personal/ de entrenamiento
- Promocionar y desarrollar el deporte.

### Elección de las opciones de medios

Los entrenadores deben tener en cuenta muchos factores cuando deciden con cuáles medios se van a comprometer. Los principales factores son:

- Cómo llegar a la audiencia objetivo- ¿qué medio funciona mejor y qué estilo dentro de ese medio?
- Su estilo personal, experiencia anterior, y nivel de confianza - por ejemplo, ¿se siente usted más cómodo escribiendo material que presentando delante de un equipo de televisión?



- Las oportunidades de presentar materiales verbales o escritos
- El uso más efectivo de las redes sociales - por ejemplo: producir un blog escrito o audio-visual, y el estilo, por ejemplo: en primera persona o de tipo observador

- El costo y el tiempo que implica preparar, presentar y distribuir el material.
- Identificar una publicación/ periodista que probablemente se interese y tenga una visión positiva sobre su mensaje.

### Contar una historia

Antes de comprometerse con los medios, los entrenadores deben asegurarse de que tienen una historia para contar. Significa:

- Saber qué se quiere decir y lograr
- Elegir las palabras cuidadosamente (verbales y/o escritas) para llegar a su objetivo demográfico. Para la comunicación con los legos, evitar la jerga/ términos técnicos, pero utilizarlos para los grupos objetivo específicos
- Evitar el uso del lenguaje negativo o despectivo
- Asegurarse de que su nota contenga, y se limite a 1-3 mensajes.
- Considerar la inclusión de fotos, diagramas, videos, efectos, hechos divertidos o humor, para incrementar el interés.
- Ser claro con el público y ajustar la comunicación en consecuencia (es decir, utilizar las redes digitales / sociales para la comunicación con los jóvenes y la comunicación más tradicional como el correo electrónico o los boletines de noticias con los padres).

### Preparación

Contar una historia de manera efectiva implica una preparación exhaustiva, entonces, es vital para los entrenadores:

- Asegurar que conocen suficientes detalles sobre su público, tema a tratar, duración/ tiempo de la presentación, fechas límite, etc.
- Tomarse el tiempo para actualizar su conocimiento e investigación sobre un tema; ¿cuál es la última información para informar su comunicación?
- Si está utilizando los medios tradicionales, como el periódico, o la estación de radio local, invertir tiempo para desarrollar una relación de confianza con el personal pertinente- periodistas/ productores/ presentadores - para que su mensaje tenga las mejores posibilidades de ser entregado exacta y positivamente.

- Preparar un borrador del material escrito, que sea verificado luego por alguien, o por usted mismo, antes de su lanzamiento
- Practicar presentaciones, como charlas, conferencias, o entrevistas antes del evento - esto se puede hacer frente a colegas/ amigos, o delante de un espejo si le resultara más conveniente
- Practicar incorporar nuevamente una entrevista a su mensaje
- Pensar antes de apretar el botón - la comunicación digital es, en gran medida, instantánea e irrecuperable
- Asegurarse de ser versado en todos los aspectos de su tema y las potenciales preguntas de seguimiento / temas pertinentes.

### Consideraciones éticas

Los entrenadores deben cuidar sus obligaciones de cuidado y responsabilidad profesional. Es decir:

- Mantenga lo que usted sabe, manténgase con los hechos, y asegúrese de que su información sea precisa y oportuna
- Comprenda sus límites profesionales y comunique solamente sobre temas / asuntos sobre los cuales tenga la experiencia y el conocimiento pertinente. Consulte a otros si está fuera de su área de especialización
- Antes de revelar información sobre sus jugadores, adquiera su permiso para ello. Igualmente, antes de revelar información sensible o de presentar los trabajos ajenos, obtenga el consentimiento pertinente
- Proporcione los comentarios sobre los demás de manera objetiva, respetuosa y con precisión. Es mejor evitar los rumores; limite sus comentarios a sus propias experiencias directas
- Asegúrese de que sus opiniones (¡la moneda de las redes sociales!) sean informadas, respetuosas y estén expresadas correctamente
- Evalúe el impacto o consecuencias potenciales de su comunicación ANTES de accionarla
- Demuestre pasión sobre un tema/ asunto pero evite comentarios que podrían interpretarse como ofensivos, fanáticos, "fuera de contexto" o difamatorios

### Riesgos

La habilidad que tienen los entrenadores para difundir información rápida y ampliamente a muchas personas implica riesgos potenciales como:

- Daño sustancial como resultado de comunicaciones inexactas o desaconsejadas
- Amenazas a la confidencialidad y protección de las confidencias del jugador / cliente

### Desarrollo continuo

Ya que el entorno de los medios cambia rápidamente, los entrenadores deben atender su desarrollo profesional continuo. Con este objetivo, usted puede desear:

- Asistir a conferencias para entrenadores
- Acceder a material pertinente en la página de internet de la ITF para entrenadores, <http://en.coaching.itftennis.com/home.aspx>
- Mantener las calificaciones de entrenamiento actualizadas cumpliendo con los requerimientos del desarrollo profesional



- Empezar una capacitación en medios con especial atención al uso de medios digitales y redes sociales
- Buscar guía accediendo por internet a la gran cantidad de material sobre medios/ comunicación
- Mantenerse al día con las nuevas tendencias de los medios para avanzar en su negocio, relaciones y perfil
- Debatir con los colegas para identificar las mejores prácticas
- Evaluar lo que están haciendo sus pares con respecto a los medios para que le sirva de guía para su propia estrategia

### CONCLUSIONES

Es comprensible que algunos entrenadores sean reacios a trabajar con los medios, pero el crecimiento de los medios digitales les ha dado, indudablemente, un mayor control sobre las comunicaciones directas. Aún así, todos los comentarios

deben hacerse con sumo cuidado. La salvaguarda podría ser imaginar su opinión, cita o mensaje en la primera página del periódico o que se anuncie en una sala llena de colegas /pares. Avance sólo si se siente cómodo con este escenario.

La comunicación clara e imponer límites a los periodistas con respecto a lo que es 'off the record', y qué comentario suyo se citará, puede ahorrar mucha angustia y daños.

En el caso de la primera autora, los comentarios que hizo a un periodista hace muchos años fueron sacados de contexto perjudicando así a uno de sus jugadores. Si bien el periodista se disculpó formalmente, la experiencia marcó y dejó un cierto miedo a las conversaciones con los medios. Otros entrenadores pueden haber tenido experiencias similares, sin embargo, la realidad es que como entrenadores, podemos ganar mucho si tomamos a los medios para que nos ayuden a promocionar nuestro perfil profesional, negocios, jugadores y el deporte. Además, la oferta actual de opciones de medios proporciona un enorme potencial para que nos involucremos y entablemos relaciones con los jugadores y otras partes interesadas. (Wang & Zhou, 2015). Con el toque de un ordenador, los entrenadores clave podrán divulgar la información "en tiempo real" y alcanzar, literalmente, a millones de personas. Pero, esta habilidad de divulgar la información rápida y ampliamente tiene un lado negativo. Hay un daño potencial que puede surgir de la comunicación imprecisa o despectiva; especialmente en lo que atañe a nuestra inhabilidad para retractarnos, en muchas circunstancias, una vez lanzada la comunicación.

Para poder compartir la información de manera efectiva, los entrenadores deben tener en cuenta factores importantes como: El respeto a los límites profesionales y a la confidencialidad del jugador. Es fundamental que los entrenadores utilicen su juicio y sentido común a la hora de expresarse/ escribir y que tengan en cuenta cómo y dónde hablan/ escriben. Siempre detenerse y pensar dos veces sobre el impacto potencial que podría tener lo que se va a decir o escribir (Shoemaker y Ashburn, 2000). Es de esperar que este trabajo proporcione una guía para facilitar la comunicación clara, precisa y ética. Es mucho lo que se puede lograr si los entrenadores abrazan los medios, tras completar la diligencia debida para comprender, no solamente su potencial, sino también sus riesgos. Nada es más importante para un entrenador que la relación con los jugadores y su reputación. Con el uso considerado de los varios medios disponibles, las relaciones y reputaciones no se verán amenazadas. Ciertamente, con consciencia y preparación, se puede mejorar poderosamente utilizando los medios de manera efectiva. Hacer que los medios sean un aliado parece ser un enfoque beneficioso, sensato y sabio.

## REFERENCIAS

- Matthews, R. (2015). How to work with the media. *InPsych*, 37(4), 36.
- Shoemaker, S.T., and Ashburn, M.A. (2000). The legal implications of healthcare communications: What every pain physician needs to know. *Pain medicine*, (1), 89-95. <https://doi.org/10.1046/j.1526-4637.2000.99108.x>
- Wang, Y., and Zhou, S. (2015). How do sports organisations use social media to build relationships. A content analysis of NBA clubs twitter use. *International Journal of Sport Communication*, 8, 133-148. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2014-0083>

CONTENIDO ITF ACADEMY RECOMENDADO (HAZ CLICK ABAJO)



Derechos de Autor (c) 2017 Janet Young y Kerryn Pratt



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumendelicencia](#) - [Textocompletodelalicencia](#)