



UADY

UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE YUCATÁN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE YUCATÁN

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

**EL IMPACTO DE LOS MEDIOS MASIVOS EN EL
DESEMPEÑO DE FUTBOLISTAS PROFESIONALES:
PROPUESTA DE INTERVENCIÓN**

TESIS

PRESENTADA POR

LCS. MARY CARMEN ROSADO MOTA

EN SU EXAMEN DE GRADO

EN OPCIÓN AL GRADO DE

MAESTRA EN PSICOLOGÍA APLICADA EN EL ÁREA DE DEPORTE

DIRECTORA DE TESIS

DRA. REBELÍN ECHEVERRÍA ECHEVERRÍA

MÉRIDA, YUCATÁN, MÉXICO

2018

Agradezco el apoyo brindado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por haberme otorgado la beca N° 605479 durante el periodo agosto 2016 – julio 2018 para la realización de mis estudios de maestría que concluyen con esta tesis, como producto final de la Maestría en Psicología Aplicada en el Área de Deporte de la Universidad Autónoma de Yucatán.

Declaro que esta investigación es de mi propia autoría, a excepción de las citas de los autores mencionadas a lo largo de ella. Así también declaro que este trabajo no ha sido presentado previamente para la obtención de ningún título profesional o equivalente.

Agradecimientos

A Dios y a la vida misma que me permiten escribir hoy estas líneas.

A la Facultad de Psicología, a su personal docente, administrativo y manual.

A los académicos de la Maestría en Psicología Aplicada en el Área de Deporte, por sus enseñanzas y consejos. A Omar Solís, por su apoyo a lo largo de estos dos años. A Nancy Evia, por sus valiosos comentarios para este trabajo.

A la Dra. Rebelín Echeverría Echeverría, gracias por acompañarme en este recorrido, por sus consejos y por mostrarme el camino cuando me sentí extraviada.

A mis compañeros de generación, gracias por tantos recuerdos inolvidables, por su apoyo y orientación a los *no* psicólogos. A Melissa, Carolina, Miguel y Jesús, por las risas inagotables en este camino. A Luis Felipe, por volverte parte de mi familia. A Salvador, gracias por este constante viaje llamado nosotros, por las caminatas a la orilla del mar, por Brasil.

A mis amigos de toda la vida, Adonai, Letty, Tere, Raúl, Jorge, Liliaydi y Rodrigo, gracias por sus porras y por compartir mis sueños.

A mi familia, Luis, Mary, Carlos, Javier, Lirio, Faby, Paola, Paulina, Danael, Fanny, María del Carmen Pino y Rubén Mota, por ser una bendición en mi vida.

A los jugadores, entrenador y directivos del *equipo* de fútbol, por su apoyo, confianza y colaboración para la realización de este trabajo.

A Claudia Rivas, por sus enseñanzas, anécdotas y conocimientos compartidos en los viajes por carretera. Gracias por traer luz a mi vida. A Bombón por las horas acostada en mi computadora acompañando mi escribir.

A mi papá, Martín Rosado, por apoyar mis decisiones y estar orgulloso de mi.

A Rubén Rosado, *manis*, gracias por compartir el gusto por los deportes, por las pláticas, *whats* y mensajes de todos los días actualizándonos.

A Mary Carmen Mota, mamá, gracias por apoyarme en esta nueva aventura, por alentarme a perseguir mis sueños, aún cuando me puedan llevar lejos de ti. Eres la persona más importante de mi vida y recuerda que siempre tendremos París.

“... y gracias al futbol que me dio siempre la oportunidad de ser feliz”.

-Enrique Meza, Director técnico.

Contenido

Resumen	9
1. Introducción	10
1.1 Planteamiento del problema y justificación	10
1.2. Marco teórico	16
1.2.1. La psicología del deporte	16
1.2.1.1. La psicología del fútbol	18
1.2.1.2. Procesos psicológicos en el fútbol	20
1.2.1.3. La psicología del deporte aplicada al fútbol	23
1.2.2 El impacto de los medios de comunicación en la sociedad	28
1.2.2.1. Periodismo deportivo contemporáneo	31
1.2.2.2. Estudios de comunicación y deporte	33
1.2.3 Habilidades sociales	36
1.2.3.1 Evaluación de las habilidades sociales	39
1.2.3.2 Programas de entrenamiento en habilidades sociales	41
2. Evaluación diagnóstica del problema	43
2.1 Descripción del escenario y los participantes	44
2.2 Instrumentos y técnicas utilizados	45
2.3 Procedimiento	47
2.4 Resultados del diagnóstico	48
2.4.1. Análisis cualitativo	49
2.4.1.1. La importancia de las críticas	49
2.4.1.2. Experiencias personales con los medios de comunicación.....	53
2.4.1.3. El papel de los medios en el fútbol	57
2.4.1.4. Psicología del deporte y fútbol	60
2.4.2. Análisis cuantitativo	63
2.5 Conclusiones del diagnóstico	69
3. Programa de intervención	71
3.1 Introducción	71

3.2 Objetivo general	73
3.2.1 Objetivos específicos	73
3.3. Programa de intervención	73
3.3.1 Denominación del proyecto	73
3.3.2 Finalidad del proyecto	73
3.3.3. Metas	74
3.3.4 Beneficiarios	74
3.3.5 Productos	75
3.3.6 Localización física	75
3.3.7 Contenido	75
3.3.8 Cronograma	77
3.3.9 Determinación de recursos	77
3.3.10 Cálculo de costos	78
3.3.11 Factores externos condicionantes	78
4. Evaluación	78
5. Conclusiones	80
6. Referencias	86
7. Anexos	94

Índice de tablas

Tabla 1. Competencias del psicólogo experto en fútbol	20
Tabla 2. Miedos más frecuentes entre los futbolistas participantes	22
Tabla 3. Plan de trabajo psicológico de la Cantera del Real Murcia C.F.	24
Tabla 4. Cronograma y contenidos generales por sesión	25
Tabla 5. Componentes conductuales, cognitivos y fisiológicos de las habilidades sociales	37
Tabla 6. Principales habilidades sociales	38
Tabla 7. Requisitos a evaluar en las habilidades sociales	40
Tabla 8. Instrumentos para evaluar las habilidades sociales	41
Tabla 9. Análisis descriptivo de cada ítem del FNE	64
Tabla 10. Análisis descriptivo de la puntuación total del FNE por grupos de posiciones	65
Tabla 11. Análisis descriptivo por factor del CHASO	67
Tabla 12. Análisis descriptivo por factor de acuerdo a la posición de los jugadores	68
Tabla 13. Metas e indicadores de evaluación	74
Tabla 14. Contenido del programa de intervención	76
Tabla 15. Cronograma del programa de intervención	77
Tabla 16. Gastos del programa de intervención	78
Tabla 17. Evaluación propuesta para el programa de intervención	79

Resumen

En México, con el crecimiento del periodismo deportivo, los aficionados del fútbol tienen diversas opciones para informarse de su club favorito, sin embargo, esto ha generado una mayor exposición de los jugadores a los medios de comunicación, pudiendo impactar positiva o negativamente en su quehacer dentro de las canchas. El objetivo de este trabajo es desarrollar un programa de intervención para brindar herramientas a los futbolistas para afrontar su relación con los medios de comunicación. Se empleó una metodología de tipo cualitativo – exploratorio debido a la falta de antecedentes de investigaciones que aborden específicamente el impacto de los medios de comunicación en deportistas, desde la psicología del deporte. Se aplicó como técnica principal la entrevista semi-estructurada y como técnicas complementarias los cuestionarios: Escala de Miedo a la Evaluación Negativa de Watson y Friends y el Cuestionario de Habilidades Sociales de Caballo. El diagnóstico se realizó con un equipo de fútbol profesional perteneciente a la liga de Ascenso de México. En el diagnóstico se identificaron como las variables más significativas a fortalecer: el manejo de las críticas, la interacción con desconocidos, la necesidad del trabajo psicológico en clubes y las expectativas impuestas por la prensa. Como resultado de este trabajo se propone un programa de intervención basado en los Entrenamientos de Habilidades Sociales (EHS) para mejorar la comunicación y afrontamiento. Finalmente, se discuten los posibles resultados y se propone la validación de instrumentos para medir la influencia de la prensa en el deporte.

1. Introducción

1.1 Planteamiento del problema

A partir de los años noventa y producto de la globalización, los principales clubes de futbol del mundo se convirtieron en empresas multinacionales que comenzaron a ser manejadas globalmente, con mayores recursos financieros, programas de marketing y su crecimiento fue exponencial. La creación de marcas deportivas cada vez más valiosas se tradujo en un excelente negocio para los clubes de futbol, los medios de comunicación y el periodismo deportivo, colocando al deporte como uno de los principales ejes de la industria del entretenimiento y por lo tanto, del consumo (Rocco Junior, 2016).

En México cada fin de semana miles de personas se reúnen en casas, restaurantes, con amigos y familiares para disfrutar del espectáculo del futbol, gracias a las transmisiones de los partidos que se realizan por televisión no hace falta estar en el estadio, ni en la propia ciudad sede del club, para vivir la pasión de este deporte.

Hoy en día los aficionados al futbol tienen un mayor número de opciones para seguir a sus clubes favoritos ya sea viendo los partidos en directo, repeticiones de los mismos, leyendo las notas de los periódicos o a través de los programas deportivos que se ofrecen por radio y televisión. Particularmente en nuestro país podemos encontrar un gran número de medios de comunicación especializados en deporte o con contenidos deportivos como Televisa, Tv Azteca, Televisa Deportes Network (TDN), ESPN, Fox Sports, Claro Sports, Milenio, Record, entre otros.

Esta cobertura ha generado que los futbolistas tengan una mayor exposición a los medios masivos, tanto en su quehacer dentro de la cancha como fuera de ella. Teniendo un seguimiento mediático desde días antes de que se dispute el partido, durante la crónica de las transmisiones,

posterior al partido en los programas de análisis deportivo y, en ocasiones, hasta viendo expuestos temas de su vida personal en programas de televisión, radio, periódicos y revistas.

Los medios de comunicación se encargan de difundir, y en muchos casos maximizar, los valores que se desprenden del deporte, tales como el esfuerzo, el aprendizaje, la lealtad, la juventud, la solidaridad, la madurez, el éxito, el fracaso y el compañerismo, por mencionar algunos. El deportista pasa a ser un referente para niños y jóvenes de todo el mundo, sus éxitos y conquistas son admirados y enaltecidos a través de los medios de comunicación, pero por otro lado también los medios se encargan de difundir el lado *oscuro* del deporte, cuando se hace trampa, cuando se fracasa o simplemente cuando el deportista no logra cumplir con las expectativas *impuestas* por los propios medios de comunicación (Martínez en Marín Montín, 2012).

La importancia de atender las críticas generadas en los medios de comunicación se puede entender si consideramos que entre los diferentes miedos que rondan al jugador de fútbol se encuentra el miedo a la evaluación negativa, que puede ser traducido como el temor a las críticas negativas que reciben del entrenador, técnicos, papás, compañeros o personas externas. Y el miedo, es una variable que puede ocasionar repercusiones en el rendimiento deportivo, comprometiendo la autoestima, motivación y confianza del propio atleta (Nicola Lavoura, 2008).

El manejo inadecuado de las emociones desencadenadas de esta exposición mediática y las críticas emanadas, puede acarrear consecuencias negativas en los futbolistas o entrenadores. Recordamos el caso del director técnico Miguel “el piojo” Herrera, quien estando al frente de la selección mexicana de fútbol agredió a un periodista deportivo en un aeropuerto regresando de ganar la *Copa Oro*, correspondiente a la Confederación de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe de Fútbol (CONCACAF) a la cual pertenece nuestro país. Esta acción se reprodujo en un

sin fin de programas y medios de comunicación nacionales que culminó con el despido de Herrera, aun cuando tenía excelentes resultados con el equipo nacional.

Futbolistas como Javier Hernández, Carlos Salcedo y Miguel Layún han tenido altercados recientes con aficionados y comentaristas deportivos a través de la red social *Twitter*, en lo que aparentemente se podría interpretar como darle demasiada importancia a los comentarios negativos hacia su trabajo. Aunque las críticas negativas no se limitan a los individuos, es decir, también los propios clubes en su papel como instituciones y empresas se ven en la mira de los programas de periodismo deportivo.

Lo cierto es que en la actualidad el mundo del deporte ha perdido su autonomía ante los medios de comunicación. Los calendarios de los principales torneos y competencias se han ido adaptando a las exigencias de medios como la televisión, cambiando días de transmisiones, buscando horarios *prime time* e inclusive se acomodan fechas de partidos para que se amolde a las prioridades y programaciones ya definidas en las barras programáticas de las grandes cadenas televisivas (Moragas, 2007).

Ante este contexto, surgen diversos cuestionamientos a saber ¿De qué forma impactan los medios de comunicación el desarrollo de los deportistas? ¿Cómo afrontan las críticas, positivas y negativas, expuestas en los medios? ¿Cuáles son las herramientas que necesita un jugador para hacer frente a las críticas? Y ¿Se podrán mejorar las estrategias de afrontamiento de los futbolistas ante las críticas de los medios a través de una intervención desde la psicología del deporte? En este sentido, se pretende realizar este trabajo terminal como un estudio exploratorio que permita conocer el sentir y la respuesta de los futbolistas ante las críticas de los medios de comunicación para crear una serie de estrategias o programa de intervención que pueda

implementarse en un futuro en jugadores de cantera para prepararlos en este contexto antes de su debut como futbolistas profesionales.

Justificación

Decidí trabajar con medios de comunicación debido a mi formación como licenciada en comunicación social para que en conjunto con la psicología aplicada al deporte pueda ampliar el panorama de las investigaciones en temáticas que contemplen en primera instancia el deporte y la psicología pero que también puedan ser abordados en conjunto con otras disciplinas aumentando el valor de las mismas, el aprendizaje que generan diferentes visiones de un mismo fenómeno y promoviendo el trabajo interdisciplinario.

En este proyecto se planteó trabajar específicamente con futbol soccer porque, además del gusto por esta disciplina, para bien o para mal, es el deporte más seguido en nuestro país; quizá no es el que más le guste a la población, pero sí es el deporte al que tienen mayor acceso debido a su transmisión por televisión cada semana.

Una gran cantidad de niños y jóvenes de nuestro país practican este deporte y no sería extraño pensar que también son aficionados al futbol, por lo tanto, serían potenciales consumidores de los partidos que se transmiten cada fin de semana por los canales de televisión nacional y seguir la extensa variedad de programas de corte deportivo que se pueden encontrar en los canales abiertos y de televisión de paga en nuestro país, al igual que los periódicos deportivos, programas de radio, portales de internet, redes sociales virtuales, etc.

La Federación Mexicana de Futbol Asociación, A.C. (FEMEXFUT) cuenta entre sus divisiones con un sector amateur quienes se encargan de regular y promover la práctica del futbol en el ámbito no profesional para la búsqueda de futuros talentos de este deporte. A nivel

nacional más de 12 mil equipos están registrados al sector amateur con aproximadamente 200 mil jugadores de todos los estados del país. Tan sólo en Yucatán, se cuenta con 44 ligas registradas en esta categoría con más de 300 equipos que disputan los torneos organizados por las mismas (FMF, 2017).

Con lo mencionado anteriormente podemos dimensionar la importancia de los comentarios y actitudes que expresan los deportistas ante los medios de comunicación, que fungirán como ejemplo para tantos niños y jóvenes que aspiran en algún momento a convertirse en futbolistas profesionales. Por otro lado, para los mismos futbolistas es importante tener un mejor manejo de estas acciones puesto que ponen en riesgo su imagen, credibilidad y su propio trabajo. La propia FEMEXFUT contempla en sus códigos de ética (2017) sanciones que van desde suspensión de partidos hasta multas económicas, para aquellos futbolistas, entrenadores o miembros del cuerpo técnico que agredan a algún miembro de la prensa.

La comunicación y el deporte no son ajenas, se pueden encontrar investigaciones donde se relacionan, pero son abordadas desde perspectivas de marketing, publicidad o consumo de audiencias, tratando temáticas como la perspectiva de género en el deporte (Sainz de Baranda Andújar, 2013), la masificación del deporte (López Martínez y López - Menchero, 2011), la violencia generada a través del deporte (Carriedo Cayón, 2016), la identidad de los aficionados (Ayala Ubidia, 2007), los patrocinios deportivos (Hui, 2011), etcétera. Además de que la gran mayoría de estos trabajos ve hacia afuera del deporte, es decir, investigan cómo el deporte repercute en la sociedad, los efectos que tiene el deporte en el comportamiento de los aficionados o en la rentabilidad de las marcas comerciales, pero en casi ninguno se trabaja directamente con el atleta.

Por su parte, el fútbol es uno de los deportes en los que más investigaciones se han realizado de psicología del deporte, se ha trabajado desde el burnout (Salgado Mejía, Rivas Garza y García Mas, 2011), estilos de afrontamiento (Escalada, 2015), motivación (Bruni, 2010), procesos cognitivos (Izquierdo Ramírez, Et. Al., 2006), hasta el estrés (Ferreira Brandao, Valdés Casal y Arroyo Mendoza, 2002) y toma de decisiones (Duarte Erales, 2016), entre otras. A pesar de todas estas investigaciones aún no hay estudios o programas de intervención que relacionen la psicología, la comunicación y el deporte, centrándose específicamente en las repercusiones que tienen los medios de comunicación en el desempeño deportivo de los futbolistas. Por lo tanto, es necesario comenzar a adentrarse en esta relación (medios-deporte), considerando la relevancia mediática que tiene el fútbol.

Explorar este campo de investigación tuvo que ser por naturaleza de tipo cualitativo, pues nos interesaba conocer cómo perciben los jugadores la influencia de los medios y de qué forma consideran ellos que pudiese llegar a repercutir en su desarrollo deportivo. Lo valioso de esta información no se puede obtener con números, fue necesario profundizar en la experiencia, vivencia, sentir y actuar del futbolista y a partir de eso, generar estrategias.

Este trabajo, sin lugar a dudas, podría resultar benéfico en diferentes ámbitos, en primera instancia como un programa de intervención para futbolistas y deportistas profesionales de otras disciplinas que tienen exposición a los medios de comunicación, para mejorar habilidades sociales específicas que les permitan desenvolverse de una forma adecuada evitando generar situaciones que pudieran mermar su desempeño deportivo. Por otro lado, también implica un beneficio para los dueños de clubes y directivos en cuestión de imagen de sus equipos y no tener consecuencias negativas como podría ser pérdidas de patrocinadores o implicaciones de tipo legal.

La propia propuesta de intervención presentada en este trabajo, que tiene como base teórica los Entrenamientos en Habilidades Sociales (EHS) podría servir como un acercamiento a programas de intervención con este abordaje aplicados desde la psicología del deporte, para comprobar su efectividad para desarrollar habilidades sociales con objetivos específicos en un contexto tan cambiante y exigente como lo es hoy en día el mundo del deporte.

De igual modo también beneficiaría a los psicólogos deportivos como un antecedente sobre lo cual preparar futuros programas de intervención que contemplen el efecto mediático en los deportistas para aplicar en su respectivo deporte. Pero principalmente como un ejemplo de la importancia del trabajo interdisciplinario, donde se diseñen propuestas de entrenamientos psicológicos considerando la aportación y participación de las diversas ciencias que se pueden relacionar con el contexto deportivo.

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Psicología del deporte.

Agricola (2007) menciona diferentes aportaciones que genera el deporte para quien lo practica, entre las que destaca el desarrollo de la personalidad, la adquisición de valores y la interacción social. Sin embargo, el deporte en la actualidad también es un producto que puede ser comercializado y que cuenta con diferentes elementos que rodean al atleta, que garanticen un espectáculo para los espectadores (Lebert, 2013). Tomando en cuenta los diversos escenarios en los que puede verse envuelto un deportista no basta con la preparación física, técnica y táctica que conlleva su disciplina deportiva, es necesaria la participación interdisciplinaria de psicólogos deportivos.

La psicología del deporte es un campo de la psicología que se ha encargado del estudio e intervención en los diferentes procesos psicológicos para un óptimo desempeño deportivo, de acuerdo a las necesidades de cada atleta o equipo. El rol del psicólogo como investigador es esencial para el crecimiento de esta ciencia y entender los procesos que se presentan en los diferentes contextos deportivos. De igual modo, la intervención a través de diferentes estrategias, ayuda a los deportistas a reforzar sus habilidades psíquicas para un mejor rendimiento, como también puede estar orientado a mejorar la calidad de vida a través del deporte (Cox, 2009).

Brandao y Machado (2007) mencionan otras de las tareas que son atribuidas a los psicólogos del deporte, como la enseñanza de habilidades psicológicas básicas tales como la relajación, la concentración y atención voluntaria, el empleo de la respiración con fines relajantes y activadores, el manejo de la ansiedad, es decir, la enseñanza de habilidades para contrarrestar estados psicológicos negativos. Otra de las funciones del psicólogo está asociada a la prevención y una adecuada psico-higiene, enseñar a los atletas la importancia de una correcta relación entre el trabajo y el descanso; así como abordar temas en colaboración con otros miembros del cuerpo técnico, como el uso de sustancias ilícitas y prácticas sexuales responsables. Más no se trata únicamente de los atletas, también se contempla la preparación psicológica de entrenadores para un mejor autocontrol emocional en condiciones de estrés y el asesoramiento al equipo técnico.

García Naveira (2018) menciona otras de las funciones en las que puede verse inmerso el psicólogo del deporte como la escuela de madres y padres, el entrenamiento psicológico integrado, la intervención psicológica durante la competición, la evaluación y redacción de informes psicológicos, la selección de jugadores, la intervención psicológica en lesiones, el retiro deportivo, el entrenamiento psicológico en árbitros, entre otras.

A pesar de tratarse de funciones generales la realidad es que cada disciplina deportiva requiere de un abordaje diferente, de acuerdo a las necesidades propias del deporte y del atleta o equipo con quien se va a trabajar. Buceta (1995) señala la importancia del trabajo psicológico en los deportes de conjunto y el reto que conlleva entender que se trabajan necesidades colectivas, pero al mismo tiempo necesidades individuales, pues se trata de un grupo de personas que tienen metas en común.

1.2.1.1. La psicología del futbol.

Entre los procesos psicológicos que se pueden abordar en un deporte de conjunto Buceta menciona la motivación, tanto el interés grupal e individual por el equipo. La autoconfianza, en las propias capacidades y en las de los compañeros. Los estímulos estresantes, entre los que destaca la necesidad de adaptarse al grupo y el conflicto entre intereses colectivos e individuales. Los niveles de activación, la relación existente entre la activación colectiva y el rendimiento deportivo y las estrategias convenientes para regularla. La atención y toma de decisiones, desarrollar la atención selectiva apropiada para cada momento, dejando fuera los estímulos que pudieran generar distracción.

También es necesaria la comunicación interpersonal, la presencia de habilidades eficaces y canales de comunicación apropiados entre los distintos miembros del equipo. La cohesión de equipo, la tendencia del grupo en permanecer unido para conseguir los mismos objetivos. Y finalmente el liderazgo, la importancia del papel del entrenador en los deportes de conjunto y la actitud de miembros claves del equipo Buceta (1995).

Uno de los principales valores del deporte es el constante aprendizaje y la superación permanente, los deportistas de cualquier nivel, siempre se encontrarán con un nuevo reto o

nuevas estrategias por perfeccionar, desde el aspecto técnico hasta el psicológico (Morilla y Rivera, 2014). El fútbol no es la excepción y año con año las exigencias de este deporte y sus niveles de competitividad van en aumento, por lo que el futbolista deberá procurar una mejora integral de sus habilidades para, de forma consecuente, también mejorar su rendimiento (Morilla y Rivera en Roffé y Rivera, 2014).

Sin embargo, antes de detectar las necesidades del equipo de fútbol y elaborar una planeación psicológica es necesario tener en cuenta las características propias de este deporte. Es sociomotriz, por lo que el jugador actúa en relación con otros jugadores y en presencia de incertidumbre por parte del medio, compañeros y oponentes (Parlebas, 1981). Se regula externamente, lo que implica tareas que requieren de resolución de problemas a partir de la situación de juego (Seirul-lo, 2003). Es situacional, donde predominan las habilidades motrices de tipo abierto con numerosas alternativas de solución. El espacio y tipo de participación, que en el fútbol es compartido por los jugadores de forma simultánea (Hernández-Moreno, 1994).

Por su parte, Martín, Rivera y Morilla (2018) sugieren cinco características específicas en el fútbol: 1) Competitividad: componente intrínseco del deporte en el marco de los valores relacionado al juego limpio, 2) Colaboración: necesaria para coordinar el trabajo en equipo, potenciar los recursos y *jugar mejor*, 3) Oposición: Siempre habrá que buscar marcar goles y evitar recibirlos, 4) Intensidad: el juego se desarrolla de forma rápida y en un espacio limitado y 5) Incertidumbre: el resultado dependerá de distintos factores externos que no podrán ser controlados en su totalidad, como las decisiones y comportamientos del equipo rival.

En la actualidad se ha incrementado la presencia de psicólogos deportivos en el fútbol debido a las crecientes demandas que exige este deporte, principalmente en su ámbito profesional, sin embargo, también es necesario que el psicólogo interesado en esta disciplina

cuenta con ciertas competencias (Tabla 1) que potencializarán su trabajo (Peris- Delcampo y Cantón, 2018).

Tabla 1.
Competencias del psicólogo experto en futbol.

Competencias
1. Manejo y uso de habilidades psicológicas básicas relacionadas con la psicología del deporte.
2. Conocimiento del entorno de aplicación relacionado con el futbol.
3. Detectar necesidades específicas en cada entorno de aplicación.
4. Planificar, establecer objetivos y estrategias ajustadas a las necesidades detectadas.
5. Trabajar en equipo.
6. Desarrollo de la individualidad adaptada al entorno.
7. Autocontrol y desarrollo emocional.
8. Búsqueda de soluciones útiles.
9. Discreción, confidencialidad y compromiso ético.
10. Marketing adecuado.

1.2.1.2 Procesos psicológicos en el futbol.

Los procesos psicológicos son aquellos procesos mentales que resultan indispensables para un sujeto y su conexión con el entorno, permitiéndole tomar conciencia de sí mismo. Los procesos psicológicos se originan en cualquier manifestación conductual y hacen posible el ajuste de comportamientos del sujeto a las demandas del ambiente (Hernández, 2012). Entre los procesos psicológicos básicos se encuentran la percepción, motivación, atención, memoria, emoción, el pensamiento, lenguaje, entre otros. En el ámbito del deporte, se han realizado diversos trabajos con el objetivo de investigar dichos procesos en el contexto deportivo.

A nivel internacional podemos encontrar el trabajo realizado por Hugo Bruni (2010), el cual tiene como objetivo general comparar los niveles de motivación entre un equipo profesional y uno amateur de futbol para conocer qué niveles existen en cada uno. De igual modo se plantea conocer la relación de la motivación con el rendimiento deportivo. Para cumplir con este

objetivo se trabajó con un equipo profesional perteneciente a la segunda división de Argentina y a un club amateur que disputa torneo en la liga de la ciudad. A los jugadores de ambos equipos se les aplicó la escala de del Modelo de motivaciones deportivas de Butt, D.S. el cual mide la motivación desde las áreas de agresividad, suficiencia, rivalidad, cooperación y conflicto.

También hay estudios comparativos entre países, como el de Brandao, Valdés Casal y Arroyo Mendoza (2002) en el cual estudiaron el nivel de estrés para debilitar o fortalecer el rendimiento en un equipo de Brasil y Cuba para posteriormente contrastar los datos obtenidos con la situación cultural de cada nación. Se empleó el Inventario de estrés en fútbol (Brandao, 2000) compuesto por 77 ítems divididos en seis fuentes estresoras: relaciones con personas significativas, expectativas sobre el desempeño atlético, factores personales, aspectos de la competencia, demandas físicas y experiencias traumáticas. El estudio arrojó que los jugadores brasileños tienden a percibir de forma más negativa las situaciones de su rendimiento en comparación con los cubanos.

Marcelo Roffé (2006) coordinó una investigación para conocer los principales miedos y presiones de los futbolistas, contó con la participación de 200 jugadores de categorías Sub 15, Sub 17, Sub 20 y equipos de primera división de Argentina, España y Paraguay. Se les aplicó el *Test de los 30 miedos*, del propio Roffé, donde cada participante debía seleccionar 5 miedos, posteriormente quedarse con 3 de esos y finalmente seleccionar solamente uno de los miedos de la lista. Los resultados obtenidos (Tabla 2) al seleccionar los primeros 5 miedos presentan diferencias entre los jugadores de las distintas nacionalidades.

Al momento de seleccionar únicamente el miedo que resultaba más importante para ellos los jugadores de Argentina y Paraguay coincidieron en el miedo a fracasar como el más frecuente entre los futbolistas participantes, seguido del miedo a no poder dar lo que se espera de

él. Mientras que en el caso de los jugadores españoles resultó como más frecuente el miedo a lesionarse, seguido del miedo a fracasar. Roffé (2006) concluye que las diferencias entre los resultados obtenidos por los participantes se deben a la manera en la que se entiende el fútbol en los diferentes países y las auto exigencias provenientes de los futbolistas participantes. Así mismo apunta la importancia de sumar más jugadores de otros países a este tipo de estudios para poder ampliar el conocimiento y crear trabajos específicos destinados al manejo de los miedos en el ámbito futbolístico.

Tabla 2.
Miedos más frecuentes entre los futbolistas participantes.

	Futbolistas de Argentina	Futbolistas de Paraguay	Futbolistas de España
1°	A fracasar.	A fracasar.	A arrancar mal el partido y luego jugar mal.
2°	A no poder dar lo que se espera de él.	A perder.	A no poder dar lo que se espera de él.
3°	A enfermarse.	A equivocarse.	A fracasar.
4°	A equivocarse.	A enfermarse.	A enfermarse.
5°	A perder lo ya logrado.	A arrancar mal el partido y luego jugar mal.	A equivocarse.

Nota: El orden de los miedos se presentan del más al menos frecuente entre los deportistas de cada nacionalidad participantes.

Los entrenadores de fútbol también han sido objetivo de investigaciones en el área de la psicología del deporte, como la realizada por Costa y Samulski (2006) con el objetivo de analizar el perfil de liderazgo que tenían los entrenadores de la primera división (Serie A) de fútbol de Brasil. En este trabajo se contó con la participación de los entrenadores de los 20 equipos que conforman la Serie A, a quienes se les aplicó la Escala de Liderazgo Revisada para Deporte (ELRE), concluyendo que el estilo más adoptado por los entrenadores participantes fue el autocrático.

Este estilo de liderazgo por parte de los entrenadores parece no ser característico únicamente de la categoría profesional. Costa, Samulski y Costa (2009) aplicaron la misma escala (ELRE) a 109 entrenadores de fútbol de las categorías Sub 13, Sub 15, Sub 17 y Sub 20 de Brasil, constatando que se perciben a sí mismos con un estilo de liderazgo autoritario. Los autores concluyen que los entrenadores presentan estilos de liderazgo similares independientemente de la categoría en la cual estén dirigiendo, sin embargo, se omite si todos los entrenadores participantes son de origen brasileño, debido a que podría generar una nueva línea de investigación sobre si el estilo de liderazgo tiene relación con la nacionalidad del entrenador.

La relación de la psicología del deporte con otras áreas de la salud también ha sido abordada, Sánchez Beleña y García-Naveira (2017) hacen una revisión teórica con el objetivo de delimitar el concepto de Síndrome de Sobreentrenamiento (SSE), diferenciándolo de otros conceptos como el de fatiga, sobrecarga funcional y burnout. Así mismo presentan diferentes instrumentos para su evaluación y analizan artículos publicados en el 2010 y 2017 relacionados al Síndrome de Sobreentrenamiento en distintos deportes. Finalmente, los autores destacan la figura del psicólogo deportivo para la correcta detección del SSE y la importancia de realizar intervenciones para su prevención y tratamiento.

1.2.1.3 Psicología del deporte aplicada al fútbol.

Al igual que las investigaciones realizadas en el área, dependiendo de las necesidades, objetivos, categorías y momento de la competencia, se han desarrollado diversos programas de intervención de psicología del deporte aplicados al fútbol.

Gómez-Espejo, Aroca, Robles-Palazón y Olmedilla (2017) trabajaron con la cantera del Real Murcia C.F. perteneciente a la categoría de fútbol base (iniciación) de España, diseñando un

plan de trabajo (Tabla 3) para atender a sus más de 30 equipos y 60 miembros del cuerpo técnico.

Tabla 3.
Plan de trabajo psicológico de la Cantera del Real Murcia C.F.

Estrategias	Objetivo	Acciones
Escuela de padres.	Sensibilizar a los padres sobre el papel que tienen en la práctica deportiva de sus hijos.	Sesiones informativas. Sesiones formativas.
Psicoeducación para entrenadores y miembros del cuerpo técnico.	Adquisición de conocimientos psicológicos necesarios por parte del cuerpo técnico para la adecuada conducción del aprendizaje de los niños a su cargo.	Sesiones formativas. Reuniones periódicas.
Programa de entrenamiento psicológico orientado a los equipos de rendimiento.	Mejorar las aptitudes psicológicas del deportista para las competencias.	Entrenamiento psicológico. Psicología para la salud aplicada al deporte.
Tutorías psicológicas individuales.	Atender posibles problemas de los usuarios que puedan influir en el desarrollo de la práctica deportiva.	Atención individualizada a jugadores, miembros del cuerpo técnico, padres y madres que lo soliciten.
Observaciones.	Detección de necesidades que no hayan sido reflejadas con anterioridad y supervisar los avances del trabajo.	Observación y registro de entrenamientos y competencias.

También se pueden diseñar programas de intervención para mejorar habilidades psicológicas específicas como el de Olmedilla y Dominguez-Igual (2016) enfocado en incrementar la atención y autoconfianza de un jugador de futbol profesional. El programa constó de 3 etapas: 1) Evaluación psicológica inicial: para lo cual se aplicó el Cuestionario de Características Psicológicas para el Rendimiento Deportivo (CPRD), 2) Intervención psicológica: constó de 7 sesiones que incluyeron explicaciones, aprendizaje y aplicación de

técnicas y estrategias, al igual que se contempló actividades para realizar en el periodo entre sesiones y 3) Evaluación psicológica final: se aplicó nuevamente el CPRD y se realizó una valoración de la eficacia del programa con recomendaciones para el futuro.

En el fútbol femenino se ha ido incrementando la participación de psicólogos del deporte, Olmedilla, Sánchez-Aldeguer, Almansa, Gómez-Espejo y Ortega (2018) aplicaron un programa de intervención con 48 futbolistas de 3 equipos de la segunda división femenil de España, que constó de 10 sesiones grupales cada 15 días con duración de 60 minutos. El programa (Tabla 4) fue diseñado con base en la terapia cognitivo conductual y abordó como temas la formación psicológica, el establecimiento de objetivos, la reestructuración cognitiva y el aprendizaje de técnicas de relajación y de visualización.

En México, la psicóloga de deporte Claudia Rivas ha realizado diferentes investigaciones con equipos de fútbol de la liga mexicana de primera división, tal fue el caso del trabajo realizado con el popular club América perteneciente a grupo TELEVISIÓN (Rivas y Aragón, 2003).

Tabla 4.
Cronograma y contenidos generales por sesión.

Mes	Sesión	Tema
Diciembre	Sesión 1	Evaluación inicial
Enero	Sesión 2	Psicoeducación
Enero	Sesión 3	Establecimiento de objetivos
Febrero	Sesión 4	Reestructuración cognitiva
Febrero	Sesión 5	Reestructuración cognitiva
Marzo	Sesión 6	Relajación
Marzo	Sesión 7	Relajación
Abril	Sesión 8	Visualización
Mayo	Sesión 9	Visualización
Mayo	Sesión 10	Evaluación final

Rivas y Aragón (2003) plasman su experiencia con el club mexicano, teniendo entre sus objetivos incrementar la identidad de los jugadores con el club, reforzar aspectos como el compromiso, la toma de decisiones, la cooperación, etc. Es importante mencionar que este trabajo contempla también entrenar las capacidades psicológicas para la competencia, por ejemplo, el manejo de la prensa, la fama y las relaciones interpersonales.

La propuesta de dichas autoras fue realizar intervenciones grupales, 30 minutos por semana en entrenamiento y también durante los viajes del club, al igual que intervenciones individuales dependiendo de las propias necesidades psicológicas de cada elemento del equipo. Rivas y Aragón apuestan por un trabajo multidisciplinar que cubra los diferentes requerimientos del deportista.

Otro de los trabajos que se han realizado con equipos de futbol en México es evaluar la presencia de burnout en un equipo de primera división para ofrecer estrategias de intervención (Salgado Mejía, Rivas Garza y García-Mas, 2011). En dicha investigación se evaluó los niveles de burnout en los 25 jugadores pertenecientes al club, empleando la escala de Maslach y Jackson, se intervino de manera individual de acuerdo a las variables que arrojaron y posteriormente se realizó otra evaluación del burnout al concluir el torneo. En esta investigación se plantean algunas estrategias para trabajar dependiendo de la variable obtenida, por ejemplo, para las altas demandas competitivas se propone entrenar la autorregulación e implementar técnicas de relajación. Para las excesivas demandas de energía y tiempo se proponen técnicas cognitivas para la recuperación emocional; finalmente, para las estrategias de afrontamiento se propuso trabajar en el auto dialogo, la recuperación emocional, la concentración de la atención y la agresividad positiva.

A nivel local en Yucatán, se realizó una investigación (Méndez, 2011) con 80 jugadores profesionales de la tercera y cuarta división y con 4 entrenadores de dichas categorías pertenecientes a Yucatán, a quienes se les aplicó la escala *Leadership Scale For Sports* (Chelladurai y Saleh, 1980) para conocer las preferencias de los atletas por un comportamiento específico del entrenador y las propias percepciones del entrenador sobre su comportamiento como líder. También se les aplicó la *Escala de Satisfacción en futbolistas* que fue creada para esta investigación. Finalmente, se propone una intervención que abarque el liderazgo y satisfacción para entrenadores dividido en cuatro sesiones para realizar tanto en aula como en la cancha.

Otros programas de intervención aplicados al fútbol están orientados al trabajo específico con padres y madres (González Hernández, Martínez Mora y Rodríguez, 2018; Ortiz Marholz, 2017), al establecimiento de objetivos (Morelló Tomás, Vert Boyer y Navarro Barquero, 2018), a la implementación de técnicas de coaching (Colás Casaban, Expósito Boix, Peris DelCampo y Cantón, 2017), al trabajo con Selecciones Nacionales (Roffé, 2003), entre otros.

En la mayoría de estos programas de intervención se contemplan actividades o sesiones individuales con los deportistas, a pesar de tratarse de un deporte colectivo, enfatizando que si bien es importante el trabajo en equipo y el crecimiento del grupo como un conjunto, también resulta primordial el crecimiento y desarrollo de capacidades en cada uno de los sujetos. Por otro lado, también nos muestran lo importante que resultan los padres y madres en el desempeño deportivo de los hijos cuando practican un deporte de iniciación y la necesidad de que se generen más programas de intervención enfocados al trabajo con padres.

1.2.2 El impacto de los medios de comunicación en la sociedad

El fútbol soccer es uno de los deportes más populares en el mundo, la Fédération Internationale de Football Association (FIFA) tiene asociadas a 211 Federaciones a nivel internacional. Gracias a los convenios que existen con los medios de comunicación cada semana se transmiten un sinnúmero de partidos con el objetivo de llevar este deporte a todos los rincones del planeta, pero también, por los intereses generados por los millonarios contratos con televisoras y patrocinios. Debido a esta masificación del deporte es necesario estudiar el impacto que generan los medios de comunicación en los individuos y grupos sociales y el grado de influencia que llegan a tener en las acciones, decisiones y comportamiento de los mismos (Cruz Junior, Fermino y De Lorenzi Pires, 2015).

Los teóricos de la comunicación Paul Lazarsfeld y Robert Merton (1977) identificaron tres funciones de los medios de comunicación masivos:

- 1) Función de crear un status. En este sentido señalaban que los medios de comunicación tienen el poder de definir lo que resulta importante para una sociedad, es decir, con el simple hecho de estar en los medios basta para que una persona, tema o asunto se torne más importante que otros que no lo están.
- 2) Función de imponer normas sociales. Merton y Lazarsfeld sugirieron que los medios refuerzan los patrones de comportamiento “aceptados” por una sociedad en medida en que exponen ese patrón a millones de personas. Las personas pasan a ser comparadas de acuerdo a las categorías que observamos en los medios masivos.
- 3) La disfunción *narcotizante*. Los autores consideraron a este tercer elemento como una *disfunción*, una consecuencia colateral que ocasionaban los medios de comunicación, haciendo referencia al poder que tienen los medios para, de cierta manera, fungir

como una especie de *narcótico* para crear una sociedad menos interesada en lo que ocurre a su alrededor.

En la actualidad podemos relacionar estas funciones de los medios masivos con los contenidos enfocados en el deporte, generando celebridades de un torneo a otro, juzgando actitudes y hechos de los propios atletas y hasta cómo la sociedad (audiencia) prioriza el “ver” un partido de futbol a otras actividades de su vida cotidiana.

Entre los primeros estudios sobre los efectos sociales de los medios de comunicación destaca la *Teoría de la Aguja Hipodérmica*, cuya premisa era que los medios masivos tenían un efecto inmediato en el público (audiencia), teniendo el poder de modificar comportamientos, alterar actitudes e interferir directamente en la mente de las personas. Esta teoría visualizaba a los medios con la capacidad de manipular y controlar a los individuos, sin embargo, pese a que se pueden encontrar casos donde se tiende a culpar a los medios de las acciones de la sociedad, la realidad es que aún en la actualidad es difícil encontrar algún tipo de comprobación práctica de ese *poder absoluto* otorgado a los medios (Martino, 2014).

En este sentido, Joan Ferrés (2000) reflexiona:

“los medios de masas audiovisuales e informáticos han sustituido a las instituciones que tradicionalmente habían llevado el peso del proceso socializador, instaurando nuevas formas de comunicación e interpretación de la realidad” (p.40).

Los medios de comunicación son considerados como escenarios a través de los cuales la sociedad puede autorreproducirse. Sin embargo, la audiencia no reproduce de manera pasiva estos imaginarios, sino que genera una interacción respecto a los contenidos televisivos, dando paso a una audiencia activa. El espectador, a menudo de manera inconsciente, puede vivir las historias audiovisuales como una expresión metafórica de su vida, manifestación más o menos

inconsciente de sus propios anhelos, de sus tensiones, esperanzas, deseos y temores (Ferrés en Valderrama, 2000).

La *Teoría de la Mediatización de la Sociedad* es, probablemente, la mejor para comprender la magnitud que han alcanzado los medios de comunicación en la actualidad. Esta teoría parte del principio de que actualmente es imposible separar los medios de comunicación de las rutinas sociales y que estos mismos están articulados con la vida cotidiana, alterando el modo en que las personas, la sociedad y las instituciones interactúan (Hjarvard, 2016).

Por ejemplo, en el deporte se puede observar cuando en los partidos de fútbol un jugador anota gol va directo a celebrarlo hacia el lugar donde están ubicadas las cámaras de televisión, se deja a un lado al espectador que ha asistido al estadio y se centra en mandar un mensaje al espectador que presencia el partido a través de un medio de comunicación. Lo mismo sucede con los clubes de fútbol que han empleado las redes sociales como forma de comunicación con sus seguidores o los mismos aficionados cuando acuden a los estadios con carteles con frases o mensajes para ser captados por las cámaras presentes o inclusive como medio para enterarse de los resultados de un partido (Martino, 2014).

Tomando en cuenta la manera en que se “vive” hoy en día el deporte y las formas de expresión tanto de jugadores como de los equipos podríamos hablar de una mediatización del deporte, sin embargo, es importante hacer hincapié en lo que la misma teoría señala: el fenómeno de mediatización no sucede de un día para otros, ni se refiere únicamente al uso de un medio de comunicación, conlleva un proceso social marcado principalmente por el tiempo, pero lo que sí resulta una realidad es que cada día se vuelve más invisible la línea que delimita el papel de los medios de comunicación con el contexto no solo deportivo, sino también que tienen en la sociedad.

1.2.2.1 Periodismo deportivo contemporáneo.

El gran impacto que tienen los medios de comunicación en el sector deportivo es gracias al periodismo especializado en el deporte, el cual se encarga de dar cobertura a las competencias y torneos, pero también a otras áreas relacionadas con el deporte mismo como la ciudadanía, la historia, cultura, salud, ciencia, entre otros. A lo largo de los años este estilo de periodismo ha dejado atrás la concepción romántica del deporte para darle paso a los análisis y discusiones sobre los resultados de los diferentes partidos. A causa de los compromisos comerciales y la cultura popular, el fútbol ocupa un mayor espacio dentro del periodismo deportivo frente a otros deportes que sólo cobrarán importancia cuando se realizan grandes eventos como los juegos olímpicos o cuando se consiguen resultados importantes en competencias internacionales (Barbosa, 2017).

En los últimos años se ha presentado un aumento de contenidos de ámbito deportivo en los medios de comunicación, hoy en día en nuestro país encontramos programas de deporte que son transmitidos por televisión abierta de lunes a domingo en diferentes horarios como *La Jugada*, *Acción* (Televisa); *Deportv*, *Los Protagonistas* (Tv Azteca); *Adrenalina* (Imagen Tv). Por otro lado, en la televisión de paga también hay canales especializados en deporte que ofrecen contenidos las 24 horas del día como *Los Capitanes*, *Futbol Picante*, *Sport Center* (ESPN); *La última palabra*, *Futbol para todos*, (Fox Sports); *Futbol en serio*, *Tribuna interactiva* (TDN).

La relación entre los periodistas y los jugadores es una de las más complejas que existe en el ámbito deportivo, especialmente en el fútbol. Está llena de contrastes y de ahí su complejidad, aunque muchas veces también resulta inmadura, interesada e irreal. El periodismo deportivo en ocasiones informa poco o informa mal, que es lo mismo que desinformar y, deja de lado, temas relevantes que resultarían noticia, para centrarse en lesiones, declaraciones y faltas cometidas en

los partidos, pero siempre teniendo al jugador como protagonista (Hernán O'Donnell en Roffé, 2005).

El fútbol es un deporte altamente mediático, en nuestro país se transmiten cada fin de semana partidos correspondientes a los torneos que se disputan en cada semestre del año, esto da lugar a que también sea el deporte más comentado en los programas de corte deportivo que podemos encontrar en la televisión o radio e, incluso, encabezan la mayoría de las portadas de los periódicos especializados en deportes.

Esto ha generado que los futbolistas estén en constante observación por parte de los medios, en muchas ocasiones generan expectativas demasiado altas acerca de los resultados que deben obtenerse o, por el contrario, devalúan el esfuerzo realizado por un equipo cuando no se logran los objetivos esperados. En el ámbito deportivo las noticias tienen un menor tiempo de vigencia lo que demanda mayor información relacionada al deporte: el rumor de un fichaje, la firma con el club, la presentación oficial, el partido debut, el primer gol, etcétera. Debido al periodismo deportivo los partidos no duran 90 minutos, comienzan antes de la hora programada y concluyen mucho después del silbatazo final, lo que genera caldear el ambiente los días previos y echar más leña al fuego después (Alcaide, 2009).

García-Mas (en Dosil, 2007) señala la importancia para los psicólogos deportivos de estar conscientes del gran impacto que tienen los medios de comunicación masiva en el deporte al momento de trabajar procesos con los jugadores. Con mayor peso en el fútbol, uno de los trabajos principales es proporcionar herramientas que le permita a los futbolistas controlar su comportamiento con los medios y poseer un filtro de la información periodística que consultan, sobretodo en jugadores orientados a la comparación con los demás.

Si bien el periodismo deportivo en muchas formas ofrece comentarios subjetivos sobre la preparación o desempeño de los equipos tampoco se deben satanizar y desechar por completo, ya que como también señala García-Mas (en Dosil, 2007), las crónicas y narraciones durante los partidos pueden aportar datos relevantes como el número de pases y toques en el campo, señalar errores o incluso, hacer mención de la falta de concentración de algunos jugadores, lo que puede complementar el trabajo de observación del psicólogo o destacar elementos que no fueron percibidos durante dicha observación.

La comunicación y el deporte no niegan su relación bilateral, en la cual, cada parte saca provecho del poder del otro y reconocen el papel protagónico que tienen en el desempeño de cada área. Esta relación y sus efectos ha sido abordada en diferentes investigaciones, sin embargo, la gran mayoría se enfoca en el deporte mismo y sus repercusiones, dejando de lado a los verdaderos protagonistas: los atletas.

1.2.2.2 Estudios de comunicación y deporte.

Algunos estudios han indagado en el proceso narrativo de los medios de comunicación en las transmisiones de partidos de futbol, Gasparino (2013) estudió los estilos de cobertura del futbol en la televisión haciendo hincapié en algunos de los efectos que generan en la sociedad. El autor destaca el uso del sensacionalismo y el humor por parte del periodismo deportivo para obtener mayor audiencia al momento de transmitir su contenido. Motta (2012) realizó una comparación entre los estilos de narración del futbol entre la televisión y la radio, tomando en cuenta que uno emplea imágenes y el otro solo puede usar la descripción simple y detallada del acontecimiento. Una de las conclusiones más importantes que arroja este trabajo es que el estilo no lo define el medio por sí mismo, es más una construcción creativa del profesional encargado de transmitirlo.

Toudert y Bringas-Rábago (2018) estudiaron, a través de las preferencias de consumo y marketing, el apego al equipo de fútbol *Xolos* de Tijuana en aficionados de la ciudad de San Diego (Estados Unidos), como parte de su identidad y sus preferencias de consumo al cruzar la frontera cada semana que su equipo disputa partidos. Se contó con la participación de 290 aficionados que acuden de forma regular al estadio a quienes se les aplicó un cuestionado diseñado para esta investigación en colaboración del Observatorio Turístico de Baja California (OTBC). Otra investigación con aficionados es la que realizó Llopis-Goig (2013) con 2,473 personas para conocer la identificación de la sociedad con española con el fútbol y específicamente saber con qué clubes. Los resultados arrojaron que 7 de cada 10 españoles se identifican con un equipo de fútbol, poniendo en manifiesto la relevancia que tiene este deporte en la cultura de España.

Los entrenadores deportivos también han sido objeto de estudio desde la perspectiva de los medios de comunicación, Ferreira, et al. (2018) analizaron 41 columnas deportivas publicadas durante un mes en un medio impreso para identificar contenido relacionado a los entrenadores. El trabajo dio como resultado que en 24 de los 41 medios analizados se hizo alguna referencia al trabajo de los entrenadores, de su competencia o incompetencia profesional, contribuyendo a la construcción de la opinión del público. Los medios digitales también se han realizado este tipo de análisis sobre el papel del entrenador, Braga da Silva, et al. (2014), revisaron durante 30 días un sitio web de gran circulación en Brasil para cuantificar el número de noticias sobre fútbol y su relación con la construcción de la imagen del entrenador.

Otros estudios se han enfocado en investigar qué tanta cobertura reciben los juegos paralímpicos en los medios de comunicación. Santos, et al. (2018) realizaron una revisión de las notas de un periódico de Sao Paulo publicadas de 1992 a 2016 con el objetivo de cuantificar la

cantidad de referencias al deporte paralímpico. El resultado arrojó que a partir del 2012 tuvo mayor visibilidad en el medio impreso, aunque no equiparable a los juegos olímpicos, siendo los deportes más mencionados la natación y el atletismo.

La comunicación también se ha relacionado con el marketing al momento de analizar el deporte, como lo es el proceso de imagen de los deportistas para la venta y promoción de productos, específicamente del impacto que tiene el futbol para las marcas y llegar a mayor número de consumidores durante una copa del mundo (Capraro, Scheliga, Cavicchioli y Mezzadri, 2011).

A pesar de la extensa interdisciplinariedad que puede surgir cuando se investiga el deporte a través de un medio de comunicación y su relación con otras áreas como el marketing, gestión, publicidad, sociología, historia, etc. No se encontraron estudios que abarcaran la relación entre la comunicación, el deporte y la psicología, el que más podría relacionarse a esta temática es el realizado por Simões y Conceição (2004), donde analizaron las expresiones faciales del árbitro, jugadores y aficionados durante un partido de futbol, que aparecieron en la televisión durante la transmisión del juego. Este análisis de conducta no verbal intenta identificar los sentimientos que envuelven a los involucrados durante un partido. Aunque no se centra únicamente en el deportista, es un buen recurso para identificar las emociones y estados por lo que está atravesando el futbolista al momento de desempeñar su trabajo. Este análisis podría complementarse con el trabajo psicológico desarrollando un programa de intervención para trabajar esos estados que ya fueron identificados.

Uno de los principales retos de este trabajo fue la revisión de bibliografía que abordara los efectos de los medios de comunicación y las críticas emitidas en los mismos que tienen en los deportistas y específicamente en jugadores de futbol, sin embargo, a pesar de haber buscado en

diversos sitios de material académico y científico no se encontraron investigaciones sobre dichas temáticas, por lo tanto, es necesario empezar a generar más trabajos que aborden desde una perspectiva más interdisciplinaria este tipo de fenómenos.

1.2.3 Habilidades sociales.

Aunque el término de habilidades sociales se popularizó en los años 80 recibió diferentes denominaciones a través de los años, conociéndose como *personalidad excitatoria* (Salter, 1949), *conducta asertiva* (Wolpe, 1958), *libertad emocional* (Lazarus, 1971), *efectividad personal* (Lieberman y Cols, 1975), entre otros. El principal reto al que se enfrenta este término radica en su conceptualización, diferentes autores han ofrecido definiciones manteniendo la esencia del concepto, pero agregando variantes situacionales y ambientales, como es el caso de Liber y Lewinsohn (1973), Rich y Schroeder (1976), Wolpe (1977), McDonald (1978), Kelly (1982), entre otros.

Para este trabajo se tomó el concepto ofrecido por Vicente Caballo (1986) que define las habilidades sociales como un conjunto de conductas emitidas por un individuo en un contexto interpersonal, que expresa sentimientos, actitudes, deseos, opiniones o derechos del mismo de un modo adecuado a la situación, respetando a los demás y resolviendo problemas inmediatos, procurando minimizar la probabilidad de futuros problemas.

Antes de enumerar las habilidades sociales es necesario resaltar que hay diferentes procesos que impactan directamente en las habilidades sociales de cada individuo, estos se clasifican en componentes cognitivos, conductuales y fisiológicos (Caballo, 2003; Van der Hofstadt, 2005).

Tabla 5.
Componentes conductuales, cognitivos y fisiológicos de las habilidades sociales.

Tipo	Definición	Ejemplos
Conductuales	Aquellos que pueden ser directamente observados por cualquier persona.	Componentes no verbales Expresión facial Mirada Sonrisa Movimientos de manos Componentes verbales Humor Atención Respuesta
Cognitivos	Procesos encubiertos que pueden influir directamente en el comportamiento del sujeto.	Competencias Constructos personales Expectativas Valores subjetivos
Fisiológicos	Procesos fisiológicos del organismo que pueden impactar en el desenvolvimiento social del individuo.	Tasa cardiaca Respiración Presión sanguínea

En la Tabla 5 podemos observar los principales componentes que se ven involucrados en el desarrollo de las habilidades sociales de un individuo, posteriormente Caballo (2003) también agregaría los elementos paralingüísticos (latencia, duración, volumen, velocidad, ritmo, tonalidad), afirmando que no sólo era lo que se dice sino también cómo se dice.

Al igual que sucede con las diversas definiciones para el concepto de habilidades sociales, también varía dependiendo de cada autor el *paquete* de habilidades esenciales que debe poseer cada individuo o que resultan prioritarias al momento de trabajar (Tabla 6) para que un sujeto sea considerado como una persona socialmente habilidosa.

Tabla 6.

Principales habilidades sociales

Autor	Habilidades sociales
Monjas, 2004	Comunicación verbal y no verbal Expresar y escuchar activamente Relación asertiva Deberes y derechos asertivos Emociones positivas y negativas Pensar y decir lo positivo Ayuda, apoyo y cooperación Críticas, quejas y reclamaciones Burlas, agresiones e intimidaciones
Van der Hofstadt, 2005	Escucha activa Habilidad para hablar en público Habilidad para la atención del público Habilidad para iniciar, mantener y terminar conversaciones Habilidad para trabajar en grupo Asertividad
Caballo, 2017	Interactuar con desconocidos Expresar sentimientos positivos Afrontar las críticas Interactuar con las personas que me atraen Mantener la calma ante las críticas Hablar en público / interactuar con superiores Pedir disculpas Rechazar peticiones
Del Prette y Del Prette, 2017	Habilidades de comunicación Habilidades de civilidad Hacer y mantener amistades Empatía Asertividad Expresar solidaridad Manejar conflictos y resolver problemas interpersonales Expresiones de afecto e intimidad Habilidades para coordinar grupos Hablar en público
D'Addario, 2016	Asertividad Inteligencia emocional Habilidades de comunicación Relaciones interpersonales Autoestima Respeto Empatía Manejo de emociones

1.2.3.1 Evaluación de las habilidades sociales.

Antes de diseñar un programa de intervención en habilidades sociales es necesario detectar las habilidades que se necesitan reforzar o entrenar, sin embargo, debido a las distintas clasificaciones de habilidades sociales que existen también hay un gran número de instrumentos para su evaluación. Esta evaluación inicial tiene como objetivo identificar las necesidades de habilidades sociales del sujeto en cuestión, los recursos personales con los que cuenta y comportamientos relacionados a alguna patología (como la ansiedad) (Del Prette y Del Prette, 2017).

Según Caballo (2003) algunos de los procedimientos más comunes para evaluar las habilidades sociales son:

1. Entrevista con el sujeto.
2. Autorregistro por parte del participante.
3. Entrevista con otras personas significativas del entorno del sujeto.
4. Observación directa de las conductas objetivo.
5. Información de otros profesionales consultados.
6. Representación de papeles.
7. Medidas de autoinforme conductuales.
8. Cuestionarios demográficos.
9. Tests de personalidad.
10. Tests proyectivos.

En la Tabla 7 se observan los elementos que son considerados al momento de evaluar las habilidades sociales de un individuo y el instrumento que se sugiere para dicha evaluación (Del Prette y Del Prette, 2017).

Tabla 7.
Requisitos a evaluar en las habilidades sociales.

Aspectos a evaluar	Cómo evaluarlo
Habilidades sociales: amplitud y variabilidad de las habilidades del individuo para lidiar con tareas interpersonales en el contexto familiar, de trabajo, etc.	Inventarios de autorregistro Entrevistas Observación directa
Análisis de contingencia: Capacidad de analizar el propio comportamiento (antecedentes, consecuencias) y el comportamiento de los demás.	Entrevistas Role playing Análisis de desempeño en las sesiones
Conocimiento del ambiente: capacidad de identificar normas, valores y reglas propias de la cultura y convivencia en diferentes contextos y tareas interpersonales.	Entrevistas Check List
Autoconocimiento: Capacidad de identificar las propias habilidades, creencias, sentimientos, autoeficacia, etc.	Inventarios de autorregistro Entrevistas cotejadas Observación directa Relatos de desempeño
Valores de convivencia: lo que el individuo considera deseable y correcto e su desempeño interpersonal y con otras personas.	Análisis de situaciones interpersonales Observación sobre el desempeño en grupo

A pesar del abanico de opciones para evaluar las habilidades sociales, los autorregistros y cuestionarios suelen ser los más empleados, esto debido a la complejidad de evaluar características que varían de persona a persona (Caballo, 2003). En la Tabla 8 se presentan algunos de los instrumentos más empleados.

Tabla 8.
Instrumentos para evaluar las habilidades sociales.

Instrumentos	Habilidades a medir	Autores
Inventario de Asertividad de Rathus (RAS)	Asertividad	Rathus, 1973
Escala de Autoexpresión Universitaria (CSES)	Expresión positiva y negativa	Galassi, Delo, Galassi y Bastien, 1974.
Escala de Autoexpresión para Adultos (ASES)	Habilidades sociales en general	Gay, Hollandsworth y Galassi, 1975
Escala Multidimensional de Expresión Social (Parte Motora y Cognitiva)	Habilidades sociales en general	Caballo, 1987
Test de Autoverbalizaciones Asertivas (ASST)	Asertividad	Schwartz y Gottman, 1976
Cuestionario de Habilidades de Interacción Social	Habilidades sociales en niños	Monjas, 1994
Casa y Comunidad. Escalas de Comportamiento Social	Habilidades sociales en niños	Merrell, 2002
Entrevista Semiestructurada para la Evaluación de las Habilidades Sociales	Comunicación no verbal	Caballo, 1987
Autorregistro de la frecuencia diaria de diversas conductas	Habilidades sociales generales	Caballo, 1987

Aunque se cuenta con diversos instrumentos para medir las habilidades sociales también se puede observar que la gran mayoría de estos son de varias décadas atrás, por lo tanto, es necesario actualizarlos a un contexto más actual de la sociedad o generar nuevos instrumentos que permitan una evaluación más precisa a la realidad que se vive hoy en día.

1.2.3.2 Programas de entrenamiento en habilidades sociales.

A pesar de que la práctica deportiva aporta diferentes beneficios psicosociales y físicos a quienes lo practican (Lebert, 2013), la gran parte de las investigaciones en deporte, ejercicio o actividad física se centran en medir el rendimiento y capacidades físicas que trae consigo una determinada disciplina y no se profundiza sobre los beneficios psicosociales, como lo podría ser el desarrollo de habilidades sociales. Sin embargo, es posible encontrar Entrenamientos de Habilidades

Sociales (EHS) en otros escenarios de la vida cotidiana, a continuación, se abordan algunos de estos programas.

Monjas (2004) desarrolló un programa para promover las habilidades sociales en niños y adolescentes, clasificando las habilidades de acuerdo a 6 áreas: 1) habilidades básicas de interacción social, 2) Habilidad para hacer amigos, 3) Habilidades conversacionales, 4) Habilidades relacionadas con los sentimientos y emociones, 5) Habilidades para afrontar y resolver problemas interpersonales y 6) Habilidad para relacionarse con los adultos.

Posteriormente diseño un programa enfocado en la mejora de la asertividad, dirigido a niños de primaria y secundaria (2007), en esta ocasión clasifíco las habilidades en 5 áreas: 1) Comunicación interpersonal, 2) Asertividad, 3) Emociones, 4) Interacciones sociales positivas y 5) Interacciones sociales difíciles. Estos programas fueron aplicados con 1,477 alumnos con el objetivo de mejorar sus habilidades sociales en un contexto escolar.

Gil Madrona, Gutiérrez Marín y Madrid López (2012) diseñaron un programa de intervención empleando la danza como actividad física para mejorar las habilidades sociales en un grupo de niños y niñas durante 3 meses. Se empleó como referencia el Cuestionario de Habilidades e Interacción Social (Monjas, 1992) que clasifica las habilidades sociales en básicas, para hacer amigos, conversacionales, relacionadas con los sentimientos, de solución de problemas y habilidades para relacionarse con los adultos.

Las habilidades sociales con los niños también pueden ser empleadas para mejorar el comportamiento agresivo, Murrieta, Ruvalcaba, Caballo y Lorenzo (2014) realizaron un programa encaminado a reforzar el comportamiento positivo de niños entre 9 y 15 años de dos escuelas de una zona marginal en Guadalajara. Como parte de la intervención se realizaron 10 sesiones de 3 horas cada una donde se trabajaron los siguientes temas: habilidades emocionales,

habilidades de comunicación, manejo y solución de conflicto, derechos humanos, identidad y autoestima y fortalezas personales.

Además del aprendizaje de una habilidad social en particular, los programas de intervención enfocados en esta área también pueden estar encaminados al manejo de otras necesidades como la ansiedad social, el autoestima o manejo de conflictos. Es importante recalcar que gran parte de los programas de intervención en habilidades sociales contempla actividades lúdicas para poder vivenciar los aprendizajes y de ese modo aprender o reforzar la habilidad que se quiere trabajar (Caballo, Carrillo y Ollendick, 2015).

El desarrollo de habilidades sociales también puede estar encaminado a padres, madres, maestros o entrenadores. En España, Gimeno Marco (2003) realizó un programa de intervención basado en el trabajo de habilidades sociales para la solución de conflictos dirigido a padres de familia y entrenadores de deporte de categoría juvenil. Como resultado se desarrolló una guía de habilidades sociales para entrenadores deportivos, cuyo objetivo es dotar al entrenador de conocimientos y técnicas para una mejor relación con los padres de los deportistas y manejar los conflictos interpersonales que pudieran tener ellos mismos.

2. Evaluación diagnóstica del problema

Para la elaboración de la propuesta de un programa de intervención fue necesario realizar un diagnóstico del fenómeno abordado en este trabajo terminal, es decir, explorar la relación que tienen las críticas de los medios de comunicación con el desenvolvimiento dentro de las canchas de futbolistas profesionales. A continuación, se describen todos los detalles de dicho diagnóstico.

2.1 Descripción del escenario y los participantes

La Federación Mexicana de Fútbol A.C. cuenta con 16 clubes de fútbol afiliados a su división de *Ascenso*, los equipos pertenecientes disputan el torneo correspondiente a su división jugando partidos los días viernes o sábado de forma semanal. Adicionalmente hay 13 clubes de esta división que participan en la Copa Corona MX enfrentándose a equipos de la Liga MX los días martes o miércoles de forma semanal.

Para este diagnóstico se contó con la participación de un club de la división de Ascenso. La muestra la integran 29 futbolistas, todos del género masculino, al tratarse de un equipo de la categoría varonil, con edades comprendidas entre 19 y 37 años con una media (M) de 25.5 años. Adicionalmente, se seleccionaron a 10 jugadores del club participante, por cumplir con la característica de haber jugado previamente en la 1ª División de México o de una liga extranjera. Las edades de estos futbolistas van de los 22 hasta los 37 años (M: 28.9).

La experiencia de los jugadores como profesionales fue registrada en años, obteniéndose una amplitud que va desde 1 año hasta 17 años, una media de 8.14 años con una desviación estándar de 4.99. De todos los futbolistas que integran el club el 13.8% son porteros, 27.6 % son defensas, 34.5% son medios y 24.1% son delanteros.

El diagnóstico se realizó en dos lugares diferentes: a) El local de entrenamiento del club donde realizan su preparación física y táctica cada semana y b) En el estadio sede del club donde disputan sus partidos cuando juegan de locales. Se omite la ciudad por cuestiones de confidencialidad.

2.2 Instrumentos y técnicas utilizados

Al plantearse investigar la relación entre las críticas de los medios de comunicación y el desempeño de los futbolistas, se determinó que es una cuestión más de percepción, debido a que cada deportista podría considerar de forma diferente si la exposición mediática le genera consecuencias negativas o positivas. Por lo tanto fue necesario emplear un enfoque cualitativo, el cual, recibe información sobre elementos subjetivos, como valoraciones, actitudes, motivaciones y abordan la realidad en su dinamismo, es decir, busca la recolección de información particular de los sujetos seleccionados para la investigación (Ander-Egg, 2003).

La recolección de información durante el diagnóstico se dividió en dos etapas, la primera correspondió al empleo de la técnica principal de esta investigación que fue la entrevista. Esta se define como una conversación entre una persona (entrevistador) y otra (entrevistado) con el propósito de intercambiar información (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2010).

Inicialmente se elaboró un guion de entrevista semi-estructurada, este tipo de entrevistas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados, es decir, no todas las preguntas están elaboradas de forma rigurosa (Grinnell y Unrau, 2007). El objetivo de la entrevista fue explorar la experiencia personal del futbolista con los medios de comunicación.

Se inició con un piloteo de la entrevista para conocer si se entendían de forma clara y correcta o si habría que realizar algún tipo de modificaciones a las mismas, también con la finalidad de determinar si algunas de estas preguntas eran redundantes o estaban de más. Esta primera entrevista constó de 45 preguntas elaboradas que abordaban las siguientes temáticas: a)

El trabajo del futbolista como profesión, b) Manejo de las críticas, c) Conocimiento de los medios de comunicación, d) Consumo de medios masivos, e) Rol de los medios en el futbol, f) Experiencia con medios de comunicación y f) Psicología del deporte. Fue realizada en la ciudad de Mérida a un ex futbolista profesional, el cual tuvo participación en la 1ª división de México, se le pidió autorización para grabar por audio sus respuestas para una posterior transcripción. La información obtenida en cada pregunta, así como la duración y ritmo de la misma sirvió para elaborar la versión final del guion de la entrevista que se utilizó en el diagnóstico.

Después de realizar la entrevista piloto fue posible construir el guion final (Anexo 1) que consta de 27 preguntas agrupadas en 4 categorías: 1) Importancia y manejo de las opiniones, 2) La interacción del futbolista con los medios de comunicación deportivos, 3) Reflexión sobre el rol de los medios masivos en el futbol y 4) Propuesta de habilidades a desarrollar desde la psicología del deporte.

Para tener una mayor perspectiva de las necesidades y poder elaborar un programa de intervención se consideró la aplicación de dos instrumentos cuantitativos como complemento a las entrevistas realizadas, los cuales se mencionan a continuación.

Escala de Miedo a la Evaluación Negativa FNE (Watson y Friend, 1969), se emplea para medir la preocupación de un sujeto por cómo lo perciben y evalúan otras personas. Consta de 30 ítems a responder con verdadero o falso, siendo a mayor puntuación mayor el temor de ser evaluado negativamente, aunque en algunos ítems la puntuación se invierte. Tiene una consistencia interna de 0,94 y fiabilidad test-retest de 0,78.

Inicialmente se consideró la aplicación de la Escala Multidimensional de Expresión Social parte motora (EMES-M) y parte cognitiva (EMES-C) de Vicente Caballo (1987) pero

investigando y revisando bibliografía del autor se encontró una versión más actual de este instrumento ahora denominado Cuestionario de Habilidades Sociales (CHASO, 2017).

Este instrumento mide el grado en que un individuo posee habilidades sociales, de forma individual cada una de las 10 habilidades que aborda el instrumento y de manera general qué tan habilidoso socialmente resulta la persona en cuestión. Las habilidades exploradas son: 1) Interactuar con desconocidos, 2) Expresar sentimientos positivos, 3) Afrontar las críticas, 4) Interactuar con las personas que me atraen, 5) Mantener la calma ante las críticas, 6) Hablar en público/Interactuar con superiores, 7) Afrontar situaciones de hacer el ridículo, 8) Defender los propios derechos, 9) Pedir disculpas y 10) Rechazar peticiones. El alfa de Cronbach para el CHASO total fue de 0,88 mientras que el coeficiente de fiabilidad de Guttman fue de 0,86.

2.3 Procedimiento

Tanto para la administración de los cuestionarios como la realización de las entrevistas se contactó primero con los directivos del club para exponerles lo que se pretendía realizar con los jugadores y solicitar su autorización para poderlo llevar a cabo. La respuesta del director deportivo fue favorable y mostró disponibilidad en todo momento para la realización del diagnóstico, se pactó con él entregarle un reporte de los resultados arrojados por los instrumentos aplicados, pero de forma anónima, cuidando no exponer y procurando la integridad de cada futbolista. El reporte presentó medias de acuerdo a los 4 grupos en que fueron divididos todos los jugadores: porteros, defensas, medios y delanteros.

La entrevista se realizó de forma individual a los 10 jugadores del equipo seleccionados previamente, fue de carácter presencial (se omite la ciudad por cuestiones de confidencialidad). Se le comentó a cada jugador el propósito de la entrevista y se les pidió autorización para grabar

sus respuestas por audio con la finalidad de posteriormente transcribirlas, garantizándoles en todo momento el anonimato en sus respuestas.

Las entrevistas fueron hechas en uno de los salones dentro de las instalaciones del club al que pertenecen. El orden de las entrevistas fue determinado por las actividades que tuvieron ese día en su entrenamiento, conforme estaban disponibles acudían a la entrevista. Cada una duró aproximadamente 30 minutos. La información obtenida en las entrevistas ayuda a determinar cuáles son las áreas o habilidades que necesitan reforzar o trabajar los futbolistas, que los ayude a mejorar su relación y desenvolvimiento con los medios de comunicación deportivos que se abordan en la intervención.

La aplicación de los instrumentos se realizó a los 29 jugadores del club participante de forma presencial en diferentes sesiones (se omite la ciudad por cuestiones de confidencialidad). El FNE se aplicó un día en una sola sesión a todos los jugadores en uno de los salones del local de entrenamientos del club y el CHASO se aplicó en otra sesión a una mitad de jugadores primero y posteriormente a los restantes. Antes de la aplicación de los instrumentos se les comentó el objetivo y se informó sobre el anonimato de sus respuestas y que no serán empleadas para ningún fin fuera de esta investigación.

2.4 Resultados del diagnóstico

Esta sección se estructura en dos grandes apartados. El primero de ellos se centra en el análisis de datos cualitativos y el segundo en el análisis de datos cuantitativos. Conforme al acuerdo de confidencialidad y anonimato de los jugadores que participaron en la etapa de entrevistas, en esta sección de resultados serán referidos como Futbolista 1, Futbolista 2... y correlativamente hasta Futbolista 10.

2.4.1 Análisis cualitativo.

Recolectadas las entrevistas, se procedió a su transcripción y su análisis. Este análisis se basó en la estrategia de Rodríguez Gómez, Gil Flores y García Jiménez (1999) que contempla tres grandes procedimientos: la reducción de datos, la disposición y transformación de datos, y finalmente, la obtención y verificación de las conclusiones. debido a su relevancia con el tema central de la investigación, así como por la profundidad de las respuestas emitidas, se decidió señalar unas preguntas claves de la entrevista resaltando las respuestas de algunos de los participantes. A continuación, se presentan los resultados de las entrevistas divididos en los siguientes apartados: 1) La importancia de las críticas, 2) Experiencias personales con los medios de comunicación, 3) El papel de los medios en el futbol y 4) Psicología del deporte y futbol.

2.4.1.1. La importancia de las críticas.

El primer apartado de la entrevista contó con preguntas generales acerca de la profesión de futbolista. Ante el cuestionamiento de qué tan importantes son las opiniones de los demás, todos los jugadores entrevistados coinciden en que lo que determina la importancia de las opiniones es quién las emite. Si se trata de familiares, amigos o personal del equipo como director técnico, compañeros o directivos del club sí le dan importancia e inclusive, intentan mejorar en caso de ser opiniones negativas. Sin embargo, cuando se trata de personas ajenas, medios de comunicación o redes sociales, intentan no darle importancia a menos que se trate de algo que realmente los puede ayudar en su profesión, tal como lo señala el Futbolista 4: “(...) sobre todo en nuestro trabajo, el siempre escuchar, ser autocrítico, también con las opiniones, te ayuda a mantener el nivel o mejorar, que creo en el fútbol es importante”.

En los programas deportivos que se transmiten en diferentes medios de comunicación es común escuchar o leer críticas tanto *positivas* como *negativas* sobre la actuación de determinado equipo o jugador en particular, por lo que se les cuestionó a los participantes acerca de su sentir al leer estas críticas y cómo las manejan cuando se trata de comentarios negativos.

Los diez jugadores afirman saber manejar las críticas buenas y malas acerca de su trabajo, aunque varía la forma en que afrontan estos comentarios, algunos intentan encontrar un equilibrio entre lo positivo y lo negativo como lo expresa el Futbolista 4: “Trato de ser equilibrado, ni creerme mucho cuando me dicen que estoy haciendo un buen trabajo y también cuando me dicen que ya no sirvo para el fútbol o ya estoy grande, trato de mantener una media, porque creo que también son exageradas para bien o para mal, son muy crudas”.

También hay quienes emplean lo negativo como impulso para trabajar más y mejorar en su desempeño: “(...) pues las negativas tienen que no afectarte tanto, al contrario, lo negativo te tiene que fortalecer” (Futbolista 7) o hacen un filtro de las críticas que realmente les aportan algo: “Intento darle más importancia a una crítica constructiva que me sirva y ver si tiene importancia o no” (Futbolista 5).

“Tienes que saber tú, estar claro qué estás haciendo y tú ser el primero en hacer una autocrítica y saber qué estás haciendo bien y qué mal, entonces cuando las personas igual te pueden comentar algo igual te pueden ayudar como un parámetro y tu decir, bueno me están diciendo que lo hago bien o mal y tú ver lo que estás haciendo y decir bueno tienen razón o no y tomar lo que te sirve” (Futbolista 6).

Siete de los jugadores entrevistados coinciden en que no se siente bien leer o escuchar malos comentarios de su trabajo, los otros tres jugadores afirman tratar de ver los aspectos *positivos* que traen esos comentarios para mejorar su desempeño. Los jugadores con más trayectoria aceptan que al principio de sus carreras llegaron a experimentar sentimientos negativos por las críticas duras e inclusive, influían para mal a la hora de jugar sus partidos, pero

con el paso de los años han sabido diferenciar las que sí son importantes, como lo expresan los siguientes jugadores:

“Antes me molestaba, leía o escuchaba una que otra y me molestaba, pero ya no, ya de un tiempo atrás ya aprendes a lidiar con ello o sobrellevarlo nada más, nunca le caerás bien a todos, nunca estarán de acuerdo todos contigo así que nada más escucharlas y dejarlo pasar” (Futbolista 1).

“Pues creo que inconscientemente sí te duelen cuando no son reales, porque a veces siente uno como jugador que todos tienen derecho de opinar sobre ti, pero ya con el tiempo terminas siendo muy selectivo sobre las cosas que te terminan importando y las que hay que desechar” (Futbolista 3).

“Antes sí, de joven mucho, me metía de más en ese tipo de críticas y al final acaban contagiándote de esa inercia de críticas negativas y positivas, te acabas mareando si son positivas o hundiendo si son negativas. Tratar de no engancharte con la gente, tratar de darle por su lado en ciertos aspectos, ser respetuoso de lo que opinan, siempre tratando de hacerles ver que en el trabajo del fútbol sí te puedes equivocar” (Futbolista 4).

Las críticas tienen un papel trascendental en la carrera de los futbolistas puesto que nunca estarán exentos de ellas, ya sea por parte de los medios de comunicación o por comentarios que generen las personas a su alrededor. Cada victoria o derrota se convertirá en objeto de agudas y variadas experiencias, las competencias deportivas exigen a los atletas tensiones físicas y psíquicas extremas, no existe competición sin presión ni estrés (Brandao, 2007). Lo que resultará importante es saber manejar esas críticas, encontrar el balance entre los comentarios que son demasiado favorecedores que pueden llegar a generar falsas expectativas y los comentarios que realmente podrían aportar un aprendizaje al deportista.

Aunque podría parecer sencillo a simple vista, esta capacidad para discernir las críticas ha sido aprendida con la experiencia de los años, el psicólogo deportivo deberá lidiar con problemas concretos como el ajuste emocional y los aspectos sociales que rodean al equipo,

entre los que se encuentran la interacción con la prensa, los directivos del club, aficionados, etc. (Lebert Cozac, 2013), por ello resultará importante preparar a los futbolistas más jóvenes.

También se les preguntó acerca de cuánto tiempo se tardan pensando y analizando las críticas negativas, seis jugadores afirmaron llevarse entre dos o tres horas posterior al partido hasta un día completo pero que no pasa de ahí, “(...) lo que yo hago es intentar solucionarlo lo más rápido posible, no pensarlo mucho” (Futbolista 5). uno de los jugadores comentó que cuando se trata de aspectos negativos continúa analizándolos hasta que tiene otro partido. Los tres jugadores restantes comentaron que a principios de su carrera se enganchaban mucho con los comentarios negativos pero que los años de trayectoria les han enseñado a sobrellevarlo mejor, así lo afirma el Futbolista 3:

“(...) Yo creo que la experiencia, el paso de los años, el consejo de los compañeros y principalmente cuando encontré el equilibrio y diferenciar cuáles son las prioridades en mi vida que son Dios, mi familia y luego el fútbol, pasó a ser la tercera opción de las cosas más importantes para mí, entonces cuando veo una crítica sé que hay cosas más importantes y sé que el fútbol solo es mi trabajo”.

Este indicador resulta importante si consideramos que los jugadores de futbol tienen entrenamientos cotidianos. Después de los partidos que disputan los fines de semana al día siguiente tienen que presentarse para seguir con su preparación; si un jugador sigue pensando en las críticas, no estará su atención enfocada en los objetivos para su siguiente encuentro a disputar.

Finalmente se indagó en cómo se sienten al momento de dar entrevistas, los diez futbolistas entrevistados contestaron sentirse bien o tranquilos al momento de dar una entrevista, nueve confesaron no prepararse antes de sus compromisos mediáticos y uno indicó que únicamente se prepara en cuestión del idioma, ya que aún le cuestan algunas palabras en español. Aunque manifestaron sentirse cómodos durante las entrevistas, todos están conscientes de la precaución

que deben tener al momento de relacionarse con los medios de comunicación, tal cual lo expresan los siguientes deportistas:

“(..) a veces por las circunstancias, o lo que envuelve todo, tienes que controlar tus palabras, pero trato de expresar a mi manera lo que pienso o lo que creo que se tiene que decir” (Futbolista 1).

“(..) siempre tranquilo, tratar de responder de la mejor manera sin que se mal interprete” (Futbolista 2).

“(..) creo que he aprendido a lidiar con la prensa, he entendido que con ellos no te puedes pelear, entonces trato de ser muy político, siempre contestar lo que yo pienso, pero sin que pueda llegar a ofenderlos, opinar sin que pueda dar pie a que ellos lo saquen de contexto y me puedan poner en contra de algo o alguien” (Futbolista 3).

“(..) trato de mediar siempre para que las críticas en ese momento si son duras, se tranquilicen un poco o si son positivas no crean la gente o los medios que uno está un poco agrandado o que fantaseas con cosas que en la realidad no podrían pasar” (Futbolista 4).

“(..) siempre tratar, antes de contestar rápido, entender bien las preguntas porque luego los periodistas intentan sacar por ahí otras cosas que a ellos les interesan más porque así es la nota roja, te intentan sacar más información” (Futbolista 6).

“(..) todos somos jugadores profesionales, todos estamos preparados para una serie de preguntas, de críticas, de aciertos, simplemente es contestar lo que debes contestar con toda la seriedad posible” (Futbolista 7).

Es importante tomar en cuenta que entre sus compromisos como jugadores de un club se encuentra atender a los medios, por lo que los jugadores pueden acudir a ruedas de prensa que se efectúan los días previos y después de los partidos o con citas programadas con un periódico o para un programa de televisión y radio.

2.4.1.2. Experiencias personales con los medios de comunicación.

En la segunda sección de la entrevista se platicó acerca de su experiencia interactuando con los medios de comunicación, al comienzo se les preguntó si ellos se consideraban figuras públicas,

los diez jugadores afirmaron que sí pero tienen perspectivas diferentes de lo que esto implica: cinco de ellos lo ven como una responsabilidad ya que hay muchos niños y aficionados que los siguen y están al pendiente de lo que hacen por lo que tienen en cuenta que son tomados como ejemplo y deben tener un comportamiento correcto dentro y fuera de la cancha. cuatro jugadores mencionaron que ser figuras públicas es consecuencia de tener un trabajo que se transmite en televisión pero que realmente no hacen nada fuera de lo común y que son personas como cualquier otras. uno de los jugadores dijo que no se siente cómodo siendo una figura pública y que incluso no se lo “cree”.

Todos los jugadores entrevistados mencionaron conocer por lo menos tres programas o medios deportivos diferentes (Tv Azteca, Televisa Deportes, TDN, Fox Sports, ESPN), pero únicamente cinco de los futbolistas afirmaron ver todos los días algún programa que transmiten estas cadenas, dos dijeron que de vez en cuando sí ven estos programas y tres comentaron que no los ven debido a que no les gustan o porque el objetivo de estos programas ha cambiado, así lo expreso el Futbolista 3: “antes los veía un poco más, me gustaba ver qué hablaban de los partidos, pero vi que cada vez hablaban menos de los partidos sino de los chismes que se generan en los partidos y ya es cuando dejé de verlos”.

Los diez jugadores manifestaron que antes de disputar alguno de sus partidos no consultan nada de la prensa deportiva salvo algunos datos estadísticos de los partidos del rival en turno. Sin embargo, la cuestión cambia al preguntarles si revisaban la prensa y medios deportivos después de un partido en el cual, según su propia percepción, habían tenido una actuación muy buena o muy mala: dos de los jugadores mencionaron que sí revisan lo que dijeron de ellos, principalmente porque quieren saber qué dicen o darse cuenta en la opinión de otras personas en qué fallaron. Cinco jugadores mencionaron que no revisan la prensa ya que prefieren quedarse

con su propia opinión de cómo se sintieron durante el partido o porque consideran que los comentarios pueden ser muy polarizados, cuando tienen una buena actuación siempre los van a adular y cuando les va mal les dirán que son los peores. Los otros tres jugadores mencionaron que al principio de su carrera sí consultaban la prensa después de sus partidos, principalmente por recortar notas de periódicos y revistas para guardar de recuerdo, sin embargo, en la actualidad prefieren no consultarla ya que consideran no les aporta ninguna enseñanza.

“De joven sí, cuando jugaba bien o el equipo ganaba lo buscaba para ver si salía algún recorte o una nota para poderla guardar, antes guardaba mucho eso como de recuerdo, creo que cuando juegas bien te gusta ser reconocido, pero ahora ya menos importancia le doy a eso, ya para bien o para mal no busco ver si hablaron, juegues bien o mal siempre habrán personas que no les guste y pienso que no tiene caso buscar eso” (Futbolista 3).

El que la mayoría de los jugadores no consulte los medios de comunicación después de sus partidos coincide con la poca importancia que le dan a las críticas de personas ajenas a su club. Aunque también hay quienes reconocieron que al comienzo de su carrera fue importante para ellos conocer qué se dice de su trabajo, pero será la misma experiencia y preparación lo que les enseñe a fijarse cada vez menos en lo que otros piensan de su desempeño. Aunque las críticas de la prensa en algunas ocasiones pueden servir como un reflector del momento que está viviendo un deportista o equipo en particular, siempre y cuando los datos emitidos por los periodistas o comentaristas sean objetivos y concisos.

Al seguir indagando sobre su experiencia con los medios de comunicación se les preguntó a los deportistas si alguna vez se han sentido personalmente atacados por la prensa deportiva o si han publicado información de ellos que no sea relacionada con su quehacer como futbolistas. cinco jugadores mencionaron que no, que siempre han tenido una buena relación con los medios o que simplemente nunca han leído o escuchado opiniones sobre ellos que no se relacionen con el fútbol. En el caso de los otros cinco jugadores expresaron que sí se han sentido

atacados por la prensa o que han tenido problemas por cuestiones fuera de su deporte, algunas de las experiencias compartidas son:

“(...) y sí en algún momento hubieron críticas de que estaba saliendo, cosas así, pero fue en mis inicios, ya luego uno entiende cuando hacer las cosas, que está bien y que está mal, pero creo que sí a veces uno en los inicios de su carrera comete tonterías muy grandes y falta alguien que realmente te oriente” (Futbolista 4).

“(...) cuando llegué a México un poco, sentí como que la prensa no me quería porque había llegado a un club grande, pero ya después aprendí a manejarlos con ellos” (Futbolista 5).

“(...) me tocó aquí que salimos a un lugar y publicaron que “a estos les gusta la fiesta” y cosas que no tenían que ver con el fútbol y justo tocó que salimos y un compañero chocó y bueno se armó todo un problema porque chocó y otros habían tomado y tal, entonces pues sí salieron muchas noticias que no tenían que ver con el fútbol, que eran sobre que hacíamos fiesta” (Futbolista 6).

“(...) era atacado creo que cada fin de semana al estar ahí pero como nunca dependí de los medios, nunca me afectó y no lo sentí personal, sé que ese es su trabajo y el mío es dentro de la cancha” (Futbolista 8).

“(...) sentí que los comentaristas estaban arriba de mí por algún minuto y en jugadas que yo no me equivoque decían que sí y quede enganchado por estar lastimado y ya llegue todo estresado y vi que empezaron a tirar con cosas que no eran verdad” (Futbolista 10).

Como se puede apreciar en los comentarios expresados, muchas veces los futbolistas ven expuestos en los medios de comunicación sucesos de su vida que no se relacionan con su trabajo dentro de las canchas, pero que en muchas ocasiones es consecuencia de ser figuras públicas y ejemplo para otras personas. Sin embargo, también hay veces que los ataques personales vienen de parte de los aficionados:

“(...) fuimos a jugar a Honduras, íbamos ganando y al final pues nos empataron y nos ganaron y sí la gente nos mandaba mensajes “espero que se mueran en el regreso”, “son un asco”, “los vamos a ir a buscar a sus casas y sus familias”, que dices bueno a qué punto puede llegar que se enojen por un partido, que está bien enojarse, pero no es la forma de demostrarlo” (Futbolista 6).

Los espacios publicitarios de los grandes eventos y torneos deportivos generan millones para la televisión y los clubes de fútbol, en la prensa escrita la sección deportiva va ganando espacio a la de política y economía (Rocco Junior, 2012), el aumento de los espacios dedicados al deporte en los medios de comunicación ha significado que los deportistas se vean en constante seguimiento de lo que hacen dentro como fuera de la cancha. Aunque todos los jugadores entrevistados manifestaron estar conscientes de la responsabilidad que implica ser figuras públicas como ejemplo para diversos sectores de la sociedad, entre ellos los niños.

La complejidad de ser una figura pública en el mundo del deporte la originan los medios de comunicación, ellos se encargan de darle nuevos sentidos a las victorias, una construcción simbólica que la prensa deportiva realiza de los atletas transformándolos en héroes, conquistadores de batallas incansables, en todo aquello que la sociedad desearía alcanzar (Rocco Junior, 2012).

Sin embargo, pareciera que entender la importancia de su papel como deportistas es producto de los años que llevan en el fútbol profesional, ya que al comienzo de sus carreras, los futbolistas participantes, sí se vieron involucrados en situaciones desfavorables. Por otra parte, podemos apreciar que, lamentablemente, con tal de llenar espacios y contenidos, los medios de comunicación no se limitan a publicar únicamente lo relacionado con su actuación en los partidos.

2.4.1.3. El papel de los medios en el fútbol.

Posteriormente en la entrevista se buscó reflexionar sobre el papel que deben desempeñar los medios de comunicación en el mundo del fútbol, por lo que se les preguntó si consideraban necesarios los programas de temática deportiva en nuestro país, los diez futbolistas participantes

coincidieron en que sí son necesarios porque en primer lugar ayudan a darle mayor difusión al fútbol como deporte, porque llegan a más lugares, por ser esa conexión entre los espectadores y los deportistas, pero también comentan que la mayoría de estos programas están mal enfocados, así lo afirmaron algunos de los futbolistas:

“(.. .) a veces la gente no sabe lo que nosotros vivimos, lo que nos toca pasar, creo que es importante (los programas deportivos) para la comunicación de la afición” (Futbolista 2).

“(.. .) creo que hoy están mal enfocados, cada día se pierde más el enfoque de un programa deportivo y se habla menos del deporte en sí, se habla de lo que pasa alrededor del deporte” (Futbolista 3).

“(.. .) creo que la mayoría de la gente no tiene ni idea de lo que pasa dentro de un equipo, o sea un día pierdes y mucha gente cree que no te importa, que no entrenas, o sea mucha gente cree que el fútbol es muy fácil, que te pagan mucho, que todo es lujo y fama y todo no, entonces a veces los programas deportivos ayudan a explicar un poco esas cosas” (Futbolista 6).

“Pues necesario porque el morbo y como se manejan con el amarillismo pues a veces mueve al jugador, a veces puede mover a un equipo, siempre va a ser necesario (los programas) y ya cada quien sabrá cómo manejarlo” (Futbolista 8).

Se puede apreciar que los futbolistas están conscientes de la importancia que tienen los programas de corte deportivo para el deporte mismo, pero a pesar de que podrían fungir como aliados para acercar a los clubes con sus aficiones, los programas se han vuelto un show donde hablar sobre deporte es, en algunas ocasiones, el tema que menos se trata. Esto ha generado que los mismos futbolistas hagan a un lado los contenidos deportivos y tomen mayores precauciones al momento de relacionarse con la prensa.

De la mano de estos cuestionamientos también fue importante conocer cuál consideraban ellos que debía ser el rol de los medios de comunicación en el fútbol o si el que tienen actualmente es el correcto, ante esto prácticamente todos los jugadores coincidieron en que el papel que juegan los medios en este deporte podría mejorar, puesto que se ha perdido de vista el objetivo que tienen como fuente de información, entre las sugerencias más significativas están:

“(…) el construir más que el destruir, el tratar de hacer ver los errores que tenemos, pero para bien y no estar tratando de buscar la nota amarillista, lo que pasa es que ahora el fútbol se ha convertido en una telenovela, hoy las notas amarillistas venden mucho y el criticar más o un programa de polémica crea más adeptos que un programa que nada más hable de fútbol” (Futbolista 4).

“Que apoyaran más al futbolista, que entendieran un poco más al futbolista, yo sé que es algo que tienen que hacer los programas de decirte las cosas directo, pero que entiendan que a veces las cosas no salen como queremos” (Futbolista 7).

“Que aprendan de fútbol primero, que hayan jugado y que aprendan a vivirlo, saber que el fútbol es una carrera, que es un trabajo y una vida para un jugador, eso es lo que tienen que meterse ellos y dedicarse a la crítica sobre el fútbol, no a otras cuestiones que no tienen por qué analizar, he visto mucho de amarillismo y por ahí si fallas una pelota ya te dicen que eres el peor, nunca hay una balanza para medir lo que es algo en grupo y no individual” (Futbolista 8).

Pero el rol de los medios dentro del fútbol también involucra a los propios jugadores y lo que ellos mismos declaren, así lo propone el Futbolista 6:

“mi punto de vista es, que con los medios de comunicación, si hago algo bueno o malo y me lo pregunta un medio yo lo tengo que decir, si un día pues me equivoco y me salgo de una concentración o me suspenden del club o algo, en vez de ellos inventar cosas y luego mal informar a la gente, creo que ellos deben estar abiertos a preguntar y el jugador igual a saber que se equivocó y decirlo”.

Los medios de comunicación en la búsqueda de audiencia generan la *espectacularización* del deporte, dejan de lado los torneos para centrarse en el entretenimiento, los espectadores pasan a tener interés en consumir también la intimidad de los atletas deportivos, sus relaciones afectivas, sus hábitos de comportamiento, su forma de vestir, etc. (Rocco Junior, 2012). Esta última cuestión es importante porque muchas veces los jugadores se sienten juzgados o atacados por la prensa, pero en algunas ocasiones la información errónea proviene de la falta de la misma, es decir, para que un proceso de comunicación surja debe haber un emisor y un receptor, muchos deportistas se niegan a dar declaraciones cuando cometen algún error o se ven involucrados en situaciones desfavorables, lo que deja abierto el panorama a lo que la prensa desee escribir.

2.4.1.4. Psicología del deporte y futbol.

Como cuarto apartado de la entrevista se les preguntó si, con base en su experiencia, consideraban necesario que se preparara a los futbolistas para afrontar su relación con los medios deportivos, solo uno de los jugadores comentó que no lo consideraba necesario pues que eso venía con la educación que recibían en sus hogares, los otros nueve participantes mencionaron que sí era necesario e inclusive, resaltaron que esta formación debía venir desde que están en las fuerzas básicas de los clubes y orientado principalmente a los más jóvenes y quienes estén próximos a debutar, pues es cuando comenzarán a experimentar la exposición mediática:

“Sí creo que es vital eso, tratar de hacerles entender que también lo que dicen debe ir acompañado de lo que hacen, de saber responder, de no engancharse, de también saber poner el alto con una respuesta firme y convincente de lo que uno está haciendo como deportista y hacerles ver que no nada más cuando juegas eres importante” (Futbolista 4).

“(...) yo creo que en todos los clubes debería de haber una preparación desde chicos de saber qué responder, qué no responder, con el sí, no, saberte expresar, que no te de miedo una rueda de prensa, hasta el tono de voz, no hablar todo rápido, todas estas cosas yo creo que deberían de trabajarse desde mucho más chicos en los equipos” (Futbolista 6).

“(...) porque es un arma de dos filos los medios, si no sabes llevarlos o te agrandan y así como te agrandan te dejan caer y si el futbolista no está preparado le puede afectar mucho y más si el futbolista no está preparado mentalmente al momento que caes no vas a saber levantarte” (Futbolista 8).

“(...) yo creo que obviamente hay que tener una preparación, no te van a hacer sonreír siempre, van a venir tiempos difíciles, preguntas difíciles y si hay la oportunidad van a divulgar tu imagen sea como sea y tú tienes que estar preparado para eso” (Futbolista 10).

Este apartado resultó importante porque a pesar de que en los primeros segmentos de la entrevista los futbolistas declararon sentirse cómodos al momento de dar entrevistas y saber manejar de buena forma las críticas positivas y negativas, prácticamente todos señalaron que los futbolistas debían recibir una preparación para el manejo de los medios. Más importante aún el hincapié que hacen sobre la preparación con los jugadores más jóvenes pues refuerza de cierta

manera la teoría de que lo que ha ayudado a los futbolistas participantes es la experiencia y los años que tienen en esta profesión, pero muchos de ellos comentaron que quizá sus carreras pudieron ser diferentes, incluso mejores, de haber sabido manejar esta relación con los medios de una forma más asertiva.

También se les preguntó qué habilidades consideraban ellos que debían incluirse en esta preparación para su relación con los medios de comunicación y aunque la mayoría dijo no saber específicamente qué se necesita aprender, sí mencionaron algunas que en su experiencia consideran podrían ser útiles como el tono de voz, saber qué palabras pueden emplear, la comunicación no verbal, simulación de entrevistas, reforzar el compañerismo entre jugadores del mismo equipo, autoconfianza para hablar, capacidad de análisis de las preguntas, capacidad de decir *no* a algunas preguntas, inteligencia emocional y trabajar en el autoestima.

A pesar de manifestar que no tenían tan claro qué habilidades se podrían trabajar, las que mencionaron en conjunto considero que serían quizá las más importantes para trabajar, lo importante en este caso sería poder priorizar o jerarquizar todas estas habilidades señaladas para saber con cuáles iniciar un proceso de intervención.

Finalmente, la entrevista cierra con una de las preguntas más trascendentales para el diagnóstico, conocer desde sus propias experiencias, qué aspectos psicológicos se podrían ver afectados por las críticas negativas, esto fue porque era necesario saber si este tipo de comentarios generaba algún impacto o dañaba de alguna forma a quien lo recibe, ante lo cual la mayoría de los jugadores coincidió en que impacta directamente en la autoconfianza, pero para algunos de ellos va más allá:

“creo que pegaría mucho en la confianza y siempre trabajarías con más presión que la habitual y eso haría que cuando no salgan las cosas te frustres y te salgas de tu enfoque y pueda terminar afectando la relación con tus compañeros, tu rendimiento en la cancha e incluso tu misma relación con la prensa” (Futbolista 3).

“(...) creo que a veces llega a bajarte la autoestima, la confianza, sí hasta cierto punto escuchar críticas negativas si no estás preparado o eres lo suficientemente maduro para entender que a veces son tonterías porque solo son opiniones, no son verdades, sí te pueden destruir, sí pueden bajarte tu nivel óptimo” (Futbolista 4).

“(...) hay muchos jugadores que por ejemplo dicen algo en la televisión y los matan anímicamente y hay otros que no, yo creo que eso se trabaja, para eso debería haber un psicólogo en los planteles por todo ese show que hay afuera”. (Futbolista 5).

“(...) específicamente no sé qué, pero sí entiendo que la inteligencia emocional sería necesaria” (Futbolista 10).

A pesar de que mencionaron no brindar tanta importancia a los comentarios realizados por los medios de comunicación, existe una contradicción al admitir que sí tiene un impacto psicológico negativo en el futbolista, que los comentarios emitidos por otras personas pueden tener tal peso para disminuir el autoestima y autoconfianza de un jugador e incluso ocasionar que dejen de rendir de forma óptima en su trabajo.

La información obtenida de las entrevistas resultó valiosa, especialmente porque se pudo conocer de viva voz de los propios futbolistas su sentir respecto a cómo se relacionan con los medios de comunicación, además de constatar, en el caso de los futbolistas participantes, que las críticas sí pueden tener un impacto negativo en sus carreras como deportistas.

Nunca hay que perder de vista que el fútbol es una profesión para aquellos que lo practican en el ámbito profesional, que es el trabajo que les da los recursos para vivir y mantener a sus familias, pero que al desempeñarse en un espacio laboral que se transmite por televisión los pone en la mira de muchas personas, como indica Rocha (2010) un día son jóvenes que pasan hambre en las categorías inferiores y el otro son adultos profesionales a quienes la suerte les brilla en un mundo maravilloso de coches, mujeres bellas y muchísimo dinero. Ese cambio social puede estar sujeto a muchas turbulencias, principalmente en el área emocional. Por lo que

entrenar aspectos psicológicos que los ayuden a afrontar de mejor forma las críticas tanto positivas como negativas, así como aprender a relacionarse con los medios de comunicación, puede tener un impacto favorable en sus carreras.

2.4.2. Análisis cuantitativo.

Con el objetivo de conocer el miedo a la evaluación negativa de los futbolistas del club participante se realizó un análisis estadístico descriptivo identificando la frecuencia y porcentaje correspondiente de cada ítem del FNE para determinar cuáles resultaban más trascendentes para los jugadores. Este análisis se realizó con el programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), versión 23.0 en español para sistema operativo Mac.

De acuerdo a los datos obtenidos (Tabla 9) se puede observar que hay reactivos en los que es prácticamente equitativo el número de respuestas positivas y negativas ($\pm 50\%$), demostrando que a la mitad de los futbolistas participantes les preocupa dicho cuestionamiento. Estos ítems corresponden a: 1) Casi nunca me preocupa parecer tonto ante los demás, 6) Las opiniones que la gente que considero importante tiene de mí me causa poca ansiedad, 10) La desaprobación de los demás podría tener poco efecto en mí, 15) Las opiniones de los demás sobre mí no me preocupan, 26) A menudo soy indiferente ante las opiniones que los demás tienen sobre mí. En todos estos ítems podemos observar que el porcentaje oscila entre el 40% – 50%, es decir, a cerca de la mitad de los futbolistas les preocupa las opiniones que otras personas puedan tener de ellos y el efecto que estas opiniones pueden tener en ellos mismos.

Desde el punto de vista social el futbolista tiene un fuerte compromiso con el público, con sus compañeros de equipo, con el entrenador e inclusive con su familia, que en condiciones extremas pueden generarle intranquilidad, ansiedad y frustración. Desde el punto de vista

psicológico las presiones también serán llevadas al límite, la necesidad de ganar y superarse a sí mismo se ve relacionado con la anticipación de la derrota y la falta de confianza en sí mismos (Lebert Cozac, 2013).

En el caso del ítem 20 “Me preocupa bastante lo que mis jefes piensen de mí”, 22 jugadores (75.9%) lo expresaron como verdadero, lo que coincide con los futbolistas que participaron en las entrevistas al manifestar que cuando las críticas vienen de parte de su entrenador o directivos sí resultan importantes para ellos, finalmente hay que recordar que la permanencia de los futbolistas en un club la determinan los directivos del mismo.

Tabla 9.
Análisis descriptivo de cada ítem del FNE

Ítem	Frecuencia y % verdadero	Frecuencia y % falso
Ítem 1: Casi nunca me preocupa parecer tonto ante los demás.	15 (51.7)	14 (48.3)
Ítem 2: Me preocupa lo que la gente pensará de mí, incluso cuando sé que no me creará problemas.	5 (17.2)	24 (82.8)
Ítem 3: Me pongo tenso y nervioso si sé que alguien me está evaluando.	5 (17.2)	24 (82.8)
Ítem 4: No me preocupa saber si la gente está formándose una impresión desfavorable de mí.	19 (65.5)	10 (34.5)
Ítem 5: Me siento muy afectado cuando cometo algún error en una situación social.	11 (37.9)	18 (62.1)
Ítem 6: Las opiniones que la gente que considero importante tiene de mí me causa poca ansiedad.	15 (51.7)	14 (48.3)
Ítem 7: Temo a menudo que pueda parecer ridículo o hacer alguna tontería.	5 (17.2)	24 (82.8)
Ítem 8: Apenas sé cómo reaccionar cuando otras personas me censuran.	10 (34.5)	19 (65.5)
Ítem 9: Temo a menudo que la gente se dé cuenta de mis defectos.	3 (10.3)	26 (89.7)
Ítem 10: La desaprobación de los demás podría tener poco efecto sobre mí.	12 (41.4)	17 (58.6)
Ítem 11: Si alguien me está evaluando, tiendo a esperar lo peor.	1 (3.4)	28 (96.6)
Ítem 12: Raramente me preocupo de la impresión que estoy causando en alguna persona.	18 (62.1)	11 (37.9)
Ítem 13: Tengo miedo de que otros no aprueben mi conducta.	2 (6.9)	27 (93.1)
Ítem 14: Me da miedo que la gente me critique.	1 (3.4)	28 (96.6)
Ítem 15: Las opiniones de los demás sobre mí no me preocupan.	17 (58.6)	12 (41.4)

Ítem 16: No me siento necesariamente afectado si no le caigo bien a alguien.	26 (89.7)	3 (10.3)
Ítem 17: Cuando estoy hablando con alguien, me preocupa lo que puede estar pensando acerca de mí.	9 (31.0)	20 (69.0)
Ítem 18: Creo que se pueden cometer errores sociales algunas veces. Entonces ¿por qué preocuparme?	23 (79.3)	6 (20.7)
Ítem 19: Generalmente me preocupa la impresión que pueda causar.	11 (37.9)	18 (62.1)
Ítem 20: Me preocupa bastante lo que mis jefes piensen de mí.	22 (75.9)	7 (24.1)
Ítem 21: Si sé que alguien me está juzgando, esto tiene poco efecto sobre mí.	17 (58.6)	12 (41.4)
Ítem 22: Me preocupa que los demás piensen que no valgo la pena.	9 (31.0)	20 (69.0)
Ítem 23: Me preocupa poco lo que los demás puedan pensar de mí.	21 (72.4)	8 (27.6)
Ítem 24: A veces pienso que estoy demasiado preocupado por lo que otras personas piensen de mí.	7 (24.1)	22 (75.9)
Ítem 25: A menudo me preocupa que pueda decir o cometer equivocaciones.	18 (62.1)	11 (37.9)
Ítem 26: A menudo soy indiferente acerca de las opiniones que los demás tienen de mí.	14 (48.3)	15 (51.7)
Ítem 27: Generalmente confío en que los demás tendrán una impresión favorable de mí.	27 (93.1)	2 (6.9)
Ítem 28: A menudo me preocupa que la gente que me es importante no piense muy favorablemente de mí.	18 (62.1)	11 (37.9)
Ítem 29: Me obsesiono por las opiniones que mis amigos tienen de mí.	3 (10.3)	26 (89.7)
Ítem 30: Me pongo tenso y nervioso si sé que estoy siendo juzgado por mis jefes.	7 (24.1)	22 (75.9)

Nota: El total de respuestas en todos los reactivos es 29.

La puntuación mínima a obtener en el FNE es de 0 y máxima de 20, a razón de mayor puntuación mayor es el temor a ser evaluados negativamente. Para analizar las puntuaciones totales que obtuvieron los jugadores se contrastó la media general del grupo con las medias obtenidas agrupándolos por posición y la desviación estándar (Tabla 10).

Tabla 10.

Análisis descriptivo de la puntuación total del FNE por grupos de posiciones.

Posición	Media (M)	Desviación estándar	N
Porteros	7.25	1.258	4
Defensas	8.88	5.463	8
Medios	9.30	4.423	10
Delanteros	12.00	3.464	7
Total equipo	9.55	4.347	29

Con base en la tabla de resultados podemos apreciar que el grupo de porteros son quienes menos preocupación presentan respecto a las evaluaciones negativas, por el lado contrario, los delanteros son quienes mayor temor expresan con una diferencia de 3 puntos por encima, incluso, de la media general del equipo. Esto podría ser debido a que muchas veces quienes más peso tienen en los equipos son precisamente los delanteros, pues son los encargados de anotar gol, cuando los equipos no obtienen resultados positivos los primeros en ser señalados por la prensa como que *no atraviesan un buen momento* son precisamente los jugadores que ocupan esta posición.

Al realizar el análisis del puntaje total tomando como referencia a titulares y suplentes no se obtuvieron diferencias significativas. Teniendo como valores para los titulares una media de 9.69, desviación estándar de 4.757 y N:16, respecto a los suplentes con una media de 9.38, desviación estándar de 3.969 y N:13.

De igual forma se aplicó el Cuestionario de Habilidades Sociales (CHASO) con el objetivo de determinar qué habilidades sociales poseen los futbolistas del club participante y cuáles sería necesario trabajar o reforzar para ser tomadas en cuenta al momento de diseñar el programa de intervención. Se realizó el análisis con SPSS determinando la puntuación mínima y máxima, media y desviación estándar de cada una de las 10 habilidades evaluadas por el instrumento a todo el equipo.

La puntuación mínima a obtener en cada habilidad es 0 y máxima de 20, generando una puntuación máxima total para el CHASO de 200 puntos. Se tomó como punto de referencia las medias otorgadas para hombres en la validación del CHASO (Caballo, et. al., 2017). De acuerdo a la Tabla 11 se observa que la puntuación total del equipo está por debajo de la media de

validación (136.92). Al comparar cada una de las habilidades con las medias de validación correspondientes, observamos que los jugadores participantes obtuvieron puntuaciones superiores en las siguientes habilidades: Expresar sentimientos positivos (M: 15.43), Interactuar con las personas que me atraen (M: 12.15), Mantener la calma en situaciones embarazosas (M: 13.58) y Pedir disculpas (M: 16.13).

Tabla 11.
Análisis descriptivo por factor del CHASO

	Valor mínimo	Valor máximo	Media (M)	D.E.
H1- Interactuar con desconocidos	4	19	11.24	3.842
H2- Expresar sentimientos positivos	9	20	16.55	3.191
H3- Afrontar las críticas	9	19	13.86	2.682
H4- Interactuar con personas que me atraen	5	20	13.93	4.765
H5- Mantener la calma ante las críticas	8	20	14.00	2.915
H6- Hablar en público e interactuar con superiores	4	20	12.10	4.570
H7- Afrontar situaciones de hacer el ridículo	4	20	10.45	3.978
H8- Defender los propios derechos	5	20	12.62	3.385
H9- Pedir disculpas	10	20	16.69	2.842
H10- Rechazar peticiones	8	20	13.48	3.280
Total CHASO	84.00	184.00	134.93	19.164

Nota: El total de respuestas para todos los factores es 29.

Sin embargo, en el resto de las habilidades evaluadas se obtuvieron puntuaciones por debajo de la media de validación: Interactuar con desconocidos (M: 12.11), Afrontar las críticas (M: 15.52), Hablar en público/ interactuar con superiores (M: 13.17), Afrontar situaciones de hacer el ridículo (M: 11.17), Defender los propios derechos (M: 13.30) y Rechazar peticiones (M: 14.21). Estos resultados nos dan un indicio de las habilidades que serían necesarias trabajar, además de que específicamente éstas podrían relacionarse con el fenómeno que se está

investigando, al tratarse de habilidades que involucran el afrontamiento a las críticas y la relación con otras personas.

Para tener un filtro más preciso de qué habilidades resultarían prioritarias para trabajar en un programa de intervención se realizó el análisis descriptivo determinando las medias y desviación estándar de cada habilidad agrupando a los jugadores de acuerdo a su posición.

Tabla 12.

Análisis descriptivo por factor de acuerdo a la posición de los jugadores

	H1*	H2	H3*	H4	H5	H6	H7	H8	H9	H10
Porteros										
Media (M)	11.00	15.75	13.50	12.00	15.75	10.75	8.75	12.00	16.75	13.25
D.E.	4.243	1.708	2.380	4.082	.957	2.500	2.062	2.828	3.202	1.258
N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Defensas										
Media (M)	10.75	15.13	13.88	14.50	14.50	13.13	12.37	13.88	17.00	12.75
D.E.	3.732	4.016	3.357	3.964	3.162	4.824	4.596	4.704	3.381	4.268
N	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Medios										
Media (M)	11.20	17.20	14.20	13.50	13.90	10.90	9.20	12.30	17.10	14.00
D.E.	3.938	3.293	2.936	4.767	3.281	4.654	3.521	3.129	2.644	3.464
N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Delanteros										
Media (M)	12.00	17.71	13.57	15.00	12.57	13.43	11.00	12.00	15.71	13.71
D.E.	4.397	2.360	2.070	6.377	2.573	5.255	4.320	2.449	2.690	2.984
N	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7

En la Tabla 12 podemos observar que los cuatro grupos de jugadores salieron por debajo de la media teórica en las habilidades de: 1) Interactuar con desconocidos (M: 12.11) y 3) Afrontar las críticas (M: 15.52). Sin embargo, a diferencia del FNE, al calificar los cuestionarios el puntaje de las medias varían cuando se agrupan en titulares y suplentes: en la habilidad de Interactuar con desconocidos el grupo de titulares (M: 10.44) salió por debajo de la media teórica (M: 12.11) mientras que los suplentes estuvieron ligeramente superiores a la misma (M: 12.23),

en la habilidad de Afrontar las críticas tanto titulares (M: 14.19) como suplentes (M: 13.46) salieron por debajo de la media (15.52) y en la habilidad de Hablar en público/ Interactuar con superiores el grupo de titulares (M: 13.00) salió a penas por debajo de la media (13.17), en cambio los suplentes (M: 11.00) sí presentaron un valor considerablemente menor.

Las habilidades sociales pueden ser agrupadas en función del rol social que una persona está desempeñando, estos papeles pueden ser culturalmente determinados y envuelven patrones de comportamiento esperados por el grupo social correspondiente al realizar determinadas funciones en contextos y actividades específicas. Algunos roles sociales pueden ser complementarios (tener relación con otras personas como padre – hijo, maestro – alumno), como sucedería con el futbol teniendo entrenador – jugador, compañero – compañero, por lo que el desempeño competente de estas habilidades en determinadas situaciones sería fundamental para el rendimiento de los involucrados (Del Prette y Del Prette, 2017).

2.5 Conclusiones del diagnóstico

De acuerdo a los resultados obtenidos en las diferentes técnicas e instrumentos aplicados en el grupo de futbolistas participantes, se puede concluir de forma general, que las críticas de los medios de comunicación y personas ajenas a su club sí generan un impacto en el desempeño de los deportistas, pues muchas veces se ven más preocupados por intentar agradar a este sector (prensa) que por realizar de forma óptima su trabajo en las canchas.

También se encontró que estas críticas pueden disminuir la confianza y autoestima de los jugadores, tal como indica Marcelo Roffé (2005) depende mucho de cómo son los goles de un partido, quién los anota y quién tuvo la responsabilidad, pero en el momento en que los jugadores son señalados disminuye considerablemente su autoconfianza. Recordemos que en

ocasiones cuando absorbemos comentarios que contradicen el concepto que una persona tiene sobre sí misma, puede ocasionar un cambio en la imagen que tiene dicho sujeto de su persona (Verderber, Verderber y Sellnow, 2016).

De igual manera, se pudo conocer que los futbolistas consideran necesaria una preparación que aborde el afrontamiento a la prensa y las críticas emitidas por la misma, puesto que los clubes deportivos se encuentran siempre expuestos a la opinión pública a causa de los segmentos deportivos de los medios de comunicación (Vinnai, 2003). Esta necesidad va estrechamente ligada a las habilidades sociales en las que puntuaron más bajo de forma general todo el club y por posición en campo: Interactuar con desconocidos, Afrontar las críticas y Hablar en público / Interactuar con superiores. Esta última habilidad coincide con el ítem con mayor puntuación del FNE el de *Me preocupa bastante lo que mis jefes piensen de mí*, lo que resulta interesante y amplía el panorama para futuras investigaciones y programas de intervención.

Adicionalmente, se encontraron algunas diferencias entre los jugadores que son titulares en el club y los que son suplentes, sin embargo, las diferencias más significativas se dieron al agrupar a los futbolistas de acuerdo a la posición que desempeñan en el campo. Esto probablemente sería resultado de la frecuente cobertura mediática que suelen tener los delanteros respecto a otras posiciones o bien, dependiendo de los resultados que vaya obteniendo el club en sus partidos, pueden ser más señaladas algunas posiciones que otras, como es el caso de los porteros que aun teniendo 15 atajadas excelentes y 1 mala que culminó en gol, puede significar la derrota o el empate del partido. Las miradas siempre responsabilizarán más al portero en una derrota (Roffé, 2005).

3. Programa de Intervención

3.1 Introducción

El entrenamiento psicológico en el fútbol debe ser complementario a la preparación técnica, táctica y física que reciben los atletas, de este modo se favorece la adaptación del futbolista al juego y a las variables que se presentan en el mismo. Sin embargo, entre los principales procesos psicológicos relacionados con el fútbol no se pueden dejar fuera las competencias socio-afectivas que tienen gran impacto en la manera en que los deportistas se relacionan con otras personas (Morilla y Rivera en Roffé 2014). El siguiente programa de intervención tiene como base la psicología del deporte, encaminada a mejorar el rendimiento de los futbolistas participantes.

Con base en la información obtenida durante el diagnóstico se delimitó el trabajo al desarrollo de las siguientes habilidades: Interactuar con desconocidos, afrontar las críticas y hablar en público. Adicionalmente se incluye el reforzamiento de la autoestima, pues tal como nos indica Van-der Hofstadt (2005) es una variable que se relaciona de forma estrecha con las habilidades sociales, puesto que la persona que es socialmente habilidosa supondría que tiene un mayor éxito en sus relaciones interpersonales, lo que implicaría que se sienta mejor consigo mismo impactando de forma directamente positiva en su autoestima.

El siguiente plan de intervención se elaboró con base a los Entrenamientos de Habilidades Sociales (EHS), los cuales incluyen procedimientos conductuales para enseñar estrategias y habilidades a los participantes con la intención de mejorar su competencia interpersonal individual en clases específicas de situaciones sociales (Caballo, 2005).

Existe una gran gama de técnicas que son empleadas en los EHS entre las que se encuentran llevar un diario, reestructuración cognitiva, autoinstrucciones, detención del pensamiento, relajación, psicodrama, discursos en pequeños grupos, contratos, etc. Sin embargo,

hay algunas técnicas que no pueden faltar en los EHS puesto que facilitan la adquisición de nuevas habilidades y refuerzan las ya existentes, esas técnicas son:

- Feedback: Descripción verbal del desempeño del participante luego de su ejecución. Mediar el uso del feedback a lo largo de todo el programa.
- Modelamiento: Reproducción de situaciones específicas para observar el comportamiento y desempeño de los participantes.
- Modelamiento encubierto: Ejercicio donde se visualiza una situación y el participante describe su comportamiento y resultados obtenidos.
- Role playing: Juego de papeles en donde se simulan interacciones.
- Tareas de casa: actividades que el participante realiza fuera de la sesión, ayudan a reforzar los avances y poner en práctica las habilidades adquiridas.
- Exposición dialogada: Exposición didáctica para brindar conocimientos sobre situaciones, normas, análisis de conductas, etc. que resulten importantes para la adquisición de habilidades sociales.
- Recursos multimedia: Uso de textos, películas, videos, música que ilustren desempeños socialmente competentes para promover el análisis y reflexión.

El tiempo recomendado para los EHS en una primera etapa es de 3 meses teniendo sesiones semanales con tareas de casa que refuercen los aprendizajes adquiridos, posteriormente se deberá realizar una evaluación para verificar el grado en que la habilidad trabajada fue aprendida o deberá diseñarse un nuevo programa de entrenamiento (Caballo, 2005).

3.2 Objetivo general

Brindar herramientas y estrategias a futbolistas profesionales que permitan mejorar sus habilidades de comunicación y afrontamiento a las críticas de los medios de comunicación deportivos.

3.2.1 Objetivos específicos:

- Transmitir conocimientos básicos en relación a la comunicación y el afrontamiento como habilidades sociales indispensables para favorecer una correcta relación con los medios deportivos.
- Proporcionar herramientas para propiciar una comunicación asertiva y estrategias de afrontamiento a los futbolistas para favorecer su relación con los medios deportivos.
- Reforzar el concepto y niveles de autoestima de los futbolistas.

3.3 Programa de intervención

3.3.1. Denominación del proyecto.

Programa de entrenamiento en habilidades sociales para futbolistas profesionales para el manejo de los medios de comunicación.

3.3.2. Finalidad del proyecto.

Mejorar el desenvolvimiento de los futbolistas ante los medios de comunicación sin que se vea comprometido su desempeño deportivo.

3.3.3. Metas.

Para cumplir con los objetivos establecidos se consideran las siguientes metas con sus respectivos indicadores de evaluación.

Tabla 13.
Metas e indicadores de evaluación

Metas	Indicadores
Realizar el 100% de las sesiones programadas.	Bitácoras de trabajo.
Contar con la participación de por lo menos el 80% de los jugadores del club en las sesiones.	Registros de asistencia a las sesiones. Registro fotográfico
Que el 80% de los participantes cuenten con conocimientos básicos en relación a la comunicación y afrontamiento.	Tareas de sesiones.
Que el 80% conozca por lo menos 2 herramientas / estrategias de comunicación y afrontamiento.	Tareas de sesiones. Formatos de autorregistro.
Que el 85% de los jugadores perciba mejoras en sus habilidades sociales y autoestima.	Cuadro de evaluación de habilidades.
Que el 80% de los futbolistas pongan en práctica en por lo menos 3 compromisos mediáticos las habilidades trabajadas en las sesiones.	Formato de observación para interacción con medios.

3.3.4. Beneficiarios.

Directos: Jugadores de fútbol participantes. Los jugadores recibirán conocimientos y estrategias para desarrollar y fortalecer sus habilidades y tener una mejor relación con los medios de comunicación evitando problemas o presión extra por la parte mediática que pudieran resultar como distractores de su desempeño deportivo.

Indirectos: Directivos y cuerpo técnico del club participante. Al tener una mejor relación los futbolistas con los medios, se evitarán conflictos o problemas que puedan comprometer los ideales, misión, visión o imagen del equipo al que pertenecen.

3.3.5. Productos.

1. Bitácora: Especie de diario donde los futbolistas anotarán las diferentes actividades que componen las sesiones, al igual que los ejercicios que realizan fuera de la intervención.
2. Formatos de evaluación: Formatos para que el jugador se pueda autoevaluar y ser evaluado durante sus compromisos mediáticos.
3. Taller “Sobreviviendo a los medios”: Dirigido a jugadores y cuerpo técnico donde se presente la naturaleza de los medios de comunicación y su implicación actual en el deporte.

3.3.6. Localización física.

Se tiene contemplado utilizar la infraestructura con la que cuenta el club participante, esta es integrada por un Complejo deportivo de entrenamiento que consta de salones, canchas, arenero, gimnasio, baños y zonas comunes. El segundo local es el Estadio del Club, que además de una cancha oficial de fútbol tiene en su interior un auditorio, sala de prensa, vestidores, baños y oficinas.

3.3.7 Contenido.

Los programas de Entrenamiento en Habilidades Sociales (EHS) ordenan las sesiones de acuerdo a los objetivos del programa. De la sesión 1 a la 4 se les conoce como “Sesiones iniciales” y tienen entre sus objetivos dar a conocer a los participantes el programa y su contenido de forma general, así como abordar las habilidades que servirán como base para el resto de la intervención. De la sesión 5 a la 9 son las “Sesiones intermediarias”, dedicadas a temáticas con un mayor nivel de complejidad para los participantes, van formando o complementando habilidades previas. De

la sesión 10 a la 12 se consideran “Sesiones finales”, donde las habilidades ya deben estar cimentadas y se dedican, en gran parte, a la práctica de las habilidades sociales vistas en las sesiones anteriores (Del Prette y Del Prette, 2017).

Tabla 14.

Contenido del programa de intervención

Sesión	Nombre de la sesión	Tema principal
Evaluación inicial		
Sesión 1	Introducción: ¿Qué son las habilidades sociales?	Habilidades sociales generales
Sesión 2	Cómo comunico cuando comunico	Comunicación
Sesión 3	Comunicando mis opiniones	Comunicación verbal
Sesión 4	Lo que mi cuerpo expresa	Comunicación no verbal
Sesión 5	Nuestra propia historia	Autoestima
Sesión 6	Periodismo deportivo y sus implicaciones	Periodismo deportivo
Sesión 7	El afrontamiento y sus estrategias	Afrontamiento
Sesión 8	¿Qué hago con las críticas?	Afrontamiento
Sesión 9	Aprendiendo a ser asertivo	Asertividad
Sesión 10	Eligiendo ser asertivo	Asertividad
Sesión 11	Hablando de mí mismo	Autoestima
Sesión 12	Rueda de prensa colectiva	Comunicación, afrontamiento y asertividad
Evaluación final		

Para este programa de intervención (Tabla 14) se ha considerado iniciar con las habilidades de comunicación, para posteriormente trabajar autoestima, afrontamiento y asertividad. Finalmente se contempla dedicar las últimas sesiones a la práctica de los aprendizajes adquiridos. Las cartas descriptivas correspondientes a cada sesión podrán ser consultadas en el Anexo 2.

3.3.8. Cronograma.

Tabla 15.
Cronograma del programa de intervención

Actividad / Semanas	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Evaluación diagnóstica	[Barra de color naranja que cubre la semana 1 de Mes 1]											
Aplicación del programa de intervención	[Barra de color amarillo que cubre las semanas 2 a 4 de Mes 1, y las semanas 1 a 4 de Mes 2 y Mes 3]											
Evaluación final	[Barra blanca]											[Barra de color naranja que cubre la semana 4 de Mes 3]

De acuerdo al programa de EHS de 12 sesiones, se contemplan 3 meses de trabajo (1 sesión por semana). En la Tabla 15 se presenta el cronograma del programa de intervención, empezando con una evaluación inicial que servirá para cotejar al finalizar las 12 sesiones. Se continúa con el trabajo de 3 meses y posteriormente se realiza la evaluación final para verificar los aprendizajes adquiridos y la efectividad del programa de intervención.

3.3.9. Determinación de recursos.

a) Humanos: Facilitadora, Asesor, auxiliar de apoyo, director técnico y director deportivo del club.

b) Materiales: Hojas en blanco, plumas, proyector, laptop, copias, plumones, cartulinas, cámara de video, balones, conos, salón.

3.3.10. Cálculo de costos.

Tabla 16.

Gastos del programa de intervención

Concepto	Precio unitario	Subtotal
Renta de cañón proyector	\$200 (por 8 sesiones)	\$1,600 mx
Bocinas	\$300	\$300
Impresora	\$2,000	\$2,000
Cámara réflex	\$9,000	\$9,000
Libretas	\$15 (por 25 unidades)	\$375
Paquete de 40 plumas	\$120	\$120
Paquete de 8 lápices	\$40 (por 5 unidades)	\$200
Paquete de plumones	\$60	\$60
Etiquetas adheribles	\$32	\$32
Paquete de 500 hojas en blanco	\$120	\$120

3.3.11. Factores externos condicionantes.

- a) Espacio disponible y amplio en las instalaciones del club pertinente.
- b) Material audiovisual y físico listo para realizar cada sesión planeada.
- c) Participación activa y disposición de los futbolistas participantes.
- d) Apoyo y colaboración en el proyecto de la directiva del club.

4. Evaluación

Las evaluaciones son fundamentales para el trabajo de las habilidades sociales y la consecución de los objetivos establecidos en los EHS, destacándose 3 momentos para realizar dichas evaluaciones: 1) Inicial: su objetivo es identificar las habilidades que se necesitan trabajar y las capacidades de cada sujeto para una potencial adquisición. 2) De proceso: se realiza a lo largo del programa de intervención, con ayuda de las tareas de casa para verificar si el participante está

consiguiendo los objetivos y 3) Final de resultados: Mide las habilidades adquiridas durante el EHS y el grado de eficacia de dicho programa (Del Prette y Del Prette, 2017).

Para el “Programa de entrenamiento en habilidades sociales para futbolistas y su relación con los medios de comunicación” que se presenta en este trabajo se proponen los siguientes instrumentos considerando cada fase de evaluación:

Tabla 17.
Evaluación propuesta para el programa de intervención.

Fase	Instrumentos
Inicial	Entrevista individual Escala de Miedo a la Evaluación Negativa (FNE) Cuestionario de Habilidades Sociales (CHASO)
De proceso	Tareas de casa Autorregistros
Final	Entrevista individual Escala de Miedo a la Evaluación Negativa (FNE) Cuestionario de Habilidades Sociales (CHASO)

Para la evaluación inicial y final se sugiere un pre-test y post-test, antes y después de realizarse el programa de intervención, de los instrumentos mencionados en la Tabla 17 y de la entrevista individual diseñada para este trabajo (Anexo 2). El objetivo para la evaluación sería verificar que los puntajes obtenidos en los 2 instrumentos se modificaron positivamente en la adquisición de las habilidades trabajadas durante la intervención y en modo general. En cuanto a la entrevista será necesario hacer un cotejo de las respuestas emitidas antes y después de la intervención.

Para la evaluación de proceso se tienen contemplados 3 formatos de autorregistros. El primero (Anexo 3) será utilizado cuando los futbolistas reciban críticas o comentarios negativos de su trabajo y deberán documentar la forma en que ellos mismos reaccionaron en el momento.

El segundo (Anexo 4) formato será empleado para los comentarios y críticas positivas, de igual modo deberán documentar la situación presentada y la reacción que tuvieron ante la misma. El tercer formato de autorregistro (Anexo 5) será empleado a modo de autorevisión para cuando los futbolistas tengan interacciones directas con los medios de comunicación, ya sea en una entrevista específica, en ensayos modelados o en las ruedas de prensa del club.

Adicional a estas evaluaciones se contempla evaluar la eficacia y pertinencia del programa y su contenido por parte de los futbolistas participantes, para tal fin se ha diseñado un formato (Anexo 6) que será entregado a cada jugador posterior a la evaluación final, para verificar si el programa necesita alguna modificación o adaptación.

5. Conclusiones

El objetivo principal de este trabajo fue diseñar un programa de intervención para brindar estrategias y herramientas a los futbolistas para una mejor relación con los medios de comunicación, para esto se realizó un diagnóstico inicial del cual se obtuvieron las siguientes conclusiones.

En primer lugar, es necesario señalar que realizar el diagnóstico fue la etapa más compleja del trabajo, debido a la poca accesibilidad que se tiene a los equipos de fútbol en nuestro país. Lo ideal hubiese sido evaluar a deportistas de primera división porque son precisamente ellos los que experimentan la atención permanente de los medios de comunicación; sin embargo, se optó por ejecutar el diagnóstico con un equipo de la liga de Ascenso pero que contara en su plantel con ex jugadores de la Liga MX. Esta última decisión resultó un importante acierto para enriquecer la información pretendida.

También es importante considerar que las respuestas de los futbolistas pueden estar influenciadas por la etapa de la competencia en el que se encontraban y por los resultados que estaba obteniendo el equipo en ese momento. Es decir, si un club está pasando por una buena temporada, con victorias y un buen estilo de juego, es muy probable que la percepción de sus jugadores no sea la misma que los de un club que está atravesando una racha sin victorias y con problemas de rendimiento.

A pesar de lo antes mencionado, la realización del diagnóstico significó una grata experiencia y con muchos aprendizajes, principalmente, poder observar cómo es la interacción y organización interna de un equipo de fútbol profesional.

Con respecto al programa de intervención presentado en este trabajo, es necesario ejecutarlo para poder determinar su eficacia de acuerdo a los objetivos establecidos. Adicionalmente podría corroborarse la factibilidad de los entrenamientos en habilidades sociales realizados con grupos temáticos, los cuales se realizan con sujetos que comparten necesidad de reforzamiento en las mismas habilidades (Del Prette y Del Prette, 2017) como lo serían los jugadores de un mismo club.

El “Programa de entrenamiento en habilidades sociales para futbolistas y su relación con los medios de comunicación” únicamente abarca 3 habilidades sociales: interactuar con desconocidos, afrontamiento a las críticas y hablar en público o con superiores. Sin embargo, está abierta la posibilidad a realizarse más módulos de este programa que contemplen otro grupo de habilidades relacionadas al desempeño deportivo, aunque siempre dependerá de las necesidades detectadas en el grupo de interés puesto que los EHS deben tener claro las habilidades que se desean adquirir para poder planificar un programa basado en ellas (Caballo, 2007).

A pesar de los avances que se han obtenido en materia de psicología del deporte aún es necesario que se generen más espacios para el trabajo interdisciplinario y que los atletas cuenten con la preparación psicológica que requieren ya que están expuestos al aumento de estrés en las competencias lo que podría causarles alteraciones físicas y mentales, que impacten negativamente en su desempeño. Podría presentar tensión, sudor frío, preocupaciones por el resultado y dificultades para concentrarse en la tarea, es entonces cuando el psicólogo deportivo trabajaría en brindarles herramientas para dominar sus emociones y lidiar con las diversas vivencias emociones que conlleva el deporte (Lebert Cozac, 2013).

Sin embargo, la preparación psicológica también contempla aquellas habilidades que permiten a los individuos relacionarse con los demás, es decir, las competencias socio-afectivas, cuyo elemento principal es la comunicación (Rivera en Roffé, 2014). Entrenar a los deportistas en estas habilidades no sólo beneficiaría a su equipo, sino que podrían impactar positivamente en otros ámbitos de su vida como la familia y relaciones interpersonales significativas, complementando de este modo la formación integral que ofrece el deporte.

De igual modo es necesario que el psicólogo del deporte sensibilice al futbolista sobre lo que conlleva ser una figura pública, hoy en día los medios de comunicación han colaborado en la creación del ser humano ideal, del atleta perfecto, pero al mismo tiempo, también presentan la parte negativa, de descontrol y de excesos que engloban los grandes deportes alrededor del mundo (Rocco Junior, 2012), por lo que los atletas no deben perder de vista que además de generar entretenimiento para el público también tienen un papel como ídolos y modelos que resulta importante para la sociedad (Brandao, 2007).

En los últimos años ha aumentado la participación de empresas, clubes deportivos, patrocinadores, periodistas y aficionados al fútbol a la construcción de marcas cada vez más

fuertes en el ámbito deportivo. Los clubes funcionan como grandes empresas con una excelente perspectiva de negocio, haciendo de los eventos deportivos uno de los principales vértices de la industria del entretenimiento y, por lo tanto, del consumo (Rocco Junior, 2012). Debido a este marketing los futbolistas seguirán en el foco de atención de la prensa y los medios de comunicación en general, por lo tanto, será primordial poderlos capacitar en el manejo de las críticas y en su control emocional.

Los medios de comunicación tienen la capacidad de generar héroes en el deporte, pero paradójicamente las imágenes proyectadas por los medios también suelen ser inconsistentes, aunque lejos de ser un aspecto negativo para sus objetivos es una prueba más del poder que poseen, crean personajes y semidioses deportivos pero también los desaparecen rápidamente si la audiencia no los respalda (Martínez García en Marín Mortín, 2012), es por ello que resultará importante trabajar el autoestima, autoconfianza y su impacto a través de los medios de comunicación en deportistas para futuros programas de intervención.

Otras de las líneas de investigación que será importante abordar es el miedo a la evaluación negativa y las habilidades sociales en entrenadores deportivos, se sabe que atletas con altos niveles de ansiedad pueden tener un mejor desempeño que otros con bajos niveles, que altos niveles de emociones pueden facilitar el cumplimiento de determinadas tareas o las exigencias de algunos deportes que demandan grandes cantidades de ejercicio físico (Nicola Lavoura, 2008), sin embargo, no sabemos cómo afecta el miedo a los entrenadores al momento de tomar decisiones durante un partido o competencia.

Para lograr lo anterior mencionado también será necesario realizar adaptaciones al deporte de los instrumentos empleados en este trabajo o de otros que midan las diferentes habilidades sociales validándolos con población deportiva. En general este es un obstáculo

frecuente para los psicólogos del deporte que se dedican a la investigación, muy pocos instrumentos de evaluación psicológica están adaptados al deporte y resultan aún menos los que se han validado con población deportiva, algunos de los que se han adaptado son los aplicados por Castillo, et al., (2008); Lobo, Moraes y Nascimento, (2005); Costa, et al., (2011).

Otra importante línea de investigación será el fútbol femenino, la mayoría de los estudios en deporte que se relacionan a esta temática estudian la desigualdad del deporte y su exposición en los medios (Goellner, 2005; Oliveira, Serassuelo Junior, Mansano y Simoes, 2006; Salvini, Souza y Marchi Junior, 2015; Salvini y Marchi Junior, 2016), pero son muy pocos los estudios que realizan mediciones o investigan aspectos psicológicos con jugadoras de fútbol. Este tipo de trabajos permitirían realizar comparaciones entre ambos géneros y conocer si las habilidades sociales son propias del deporte o de quien lo juega. Además de que podría ayudar a establecer de modo general las habilidades sociales que se ven relacionadas con el fútbol.

Del mismo modo podría replicarse la fase diagnóstica de este trabajo con atletas de otros deportes de conjunto y deportes individuales con la finalidad de generar información para entender cómo influyen los medios de comunicación en el desempeño deportivo general.

Finalmente, el reto más grande que implicó este trabajo fue compaginar la comunicación con la psicología del deporte, sin que una disciplina sobrepase a la otra. Aunque la realidad es que ambas disciplinas se relacionan en diversos aspectos como el autoconcepto, la autoestima, el liderazgo, el trabajo en equipo, la comunicación inter e intra personal, entre otras. Esto último dejó grandes enseñanzas sobre la importancia de la comunicación en el aspecto deportivo para un buen desempeño en las canchas e inclusive, para la mejora de habilidades psicológicas.

En la actualidad debido a las crecientes exigencias del fútbol como deporte y a una mayor disposición de recursos, se ha logrado la integración de psicólogos deportivos a los equipos

interdisciplinarios de diferentes equipos de futbol (Almeida y Lameiras en Roffé, 2014). Sin embargo, aún falta que el trabajo psicológico realmente sea interdisciplinario, que cuente con especialistas de diferentes áreas que complementen el entrenamiento que se brinda a los atletas. Aún más importante será el papel de la interdisciplinariedad para la realización de programas de intervención que beneficien el rendimiento del atleta y sus capacidades personales, que es finalmente el objetivo primordial que procura la psicología del deporte.

6. Referencias

- Alcaide, F. (2009). *Futbol: fenómeno de fenómenos*. España: Editorial Empresarial.
- Almeida, P. y Lameiras, J. (2014). Creación de equipos de psicólogos en clubes profesionales: 20 años en el Sport Lisboa e Benfica. En M. Roffé y S. Rivera. (Coords.), *Entrenamiento mental en el futbol moderno* (pp. 72-83). Argentina: Futbol De Libro
- Ander –Egg, E. (2003). *Métodos y técnicas de investigación social IV: Técnicas para la recogida de datos e información*. Buenos Aires: Lumen.
- Ayala Ubidia, S. (2007). *Del futbol y las patadas mediáticas*. (Tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar.
- Barbosa, A. (2017). *Jornalismo em gêneros - volume 4 Jornalismo especializado*. Sao Paulo: ECA-USP.
- Braga da Silva, R., Talamoni, G., Tavares, A., Goes Cressoni, F., Tebaldi, M., Pajanian, F., Oliveira, A. y Drigo, A. (2014). Futebol e a construção da imagem de treinadores pela mídia: um estudo a partir das notícias de um site de grande visitação na web. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 36(3), 648-655.
- Brandao, R. y Machado, A. (2007). *Coleção psicología do esporte e do exercicio: teoria e aplicação*. Brasil: Atheneu.
- Brandao, Valdés Casal y Arroyo Mendoza. (2002). Estrés en jugadores de futbol: una comparación Brasil y Cuba. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 1(2), 7-14.
- Bruni, B. (2010). *Comparación entre los niveles de motivación entre un equipo de futbol profesional con un equipo de futbol amateur*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Fasta.
- Buceta, J. (1995). Intervención psicológica en deporte de equipo. *Revista de Psicología General y Aplicada: Revista de la Federación Española de Asociaciones de Psicología*, 48(2), 95-110.
- Caballo, Vicente. (2007). *Manual de evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales*. España: Siglo XXI.
- Caballo, V., Carrillo, G. y Ollendick, T. (2015). Eficacia de un programa lúdico de entrenamiento en habilidades sociales para la intervención sobre la ansiedad social en niños. *Psicología Conductual*, 23(3), 403-427.

- Capraro, A., Scheliga, G., Cavicchioli, F., y Mezzadri, F. (2011). A imagem do atleta: publicidade em ano de Copa do Mundo de Futebol (Alemanha - 2006). *Revista Brasileira De Educação Física E Esporte*, 25(1), 163-171.
- Carriedo Cayón, A. (2016). *El seguimiento del futbol a través de los medios de comunicación social: Repercusiones sobre el funcionamiento moral y la agresividad de los espectadores*. (Tesis Doctoral). Universidad de Oviedo.
- Carvalho, M. (2005). Reflexões sobre o jogo de futebol televisionado como representação material da narrativa. *Caligrama (São Paulo. Online)*, 1(3).
<https://doi.org/10.11606/issn.1808-0820.cali.2005.56679>
- Casetti, F. y Di Chio, F. (1997). *Análisis de la televisión: Instrumentos, métodos y practicas de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Colás Casaban, J., Expósito Boix, V., Peris Delcampo, D. y Cantón Chirivella, E. (2017). Intervención psicológica desde el coaching motivacional utilizando el modelo “La Jirafa de Cantón” en una jugadora de fútbol sala”. *Revista de Psicología Aplicada al Deporte y al Ejercicio Físico*, 2(10), 1-14.
- Costa, I., y Samulski, D. (2006). O perfil de liderança dos treinadores de futebol do Campeonato Brasileiro Série A/2005. *Revista Brasileira De Educação Física E Esporte*, 20(3), 175-184.
- Costa, I., Samulski, D., y Costa, V. (2009). Análise do perfil de liderança dos treinadores das categorias de base do futebol brasileiro. *Revista Brasileira De Educação Física E Esporte*, 23(3), 185-194.
- Cox, R. (2009). *Psicología del deporte. Conceptos y sus aplicaciones*. Panamericana: España
- Cruz Junior, G., Fermino, A. y Lorenzi, G. (2015). O Brasil na Copa, a Copa no Brasil: notas sobre o agendamento midiático da Copa de 2014 no Blog do Juca. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 37(1), 251-257.
- D’Addario, M. (2016). *Habilidad social: Crecimiento personal desde la asertividad y la inteligencia afectiva*. España: Createspace.
- Del Prette, A. y Del Prette, Z. (2017). *Competência social e habilidades sociais*. Brasil: Editora Vozes.
- Dosil, J. (2007). *El psicólogo del deporte. Asesoramiento e intervención*. Madrid: Síntesis.

- Duarte Erales, C. (2016). *Desarrollo de competencias en la toma de decisiones de árbitros de fútbol. Propuesta de intervención*. (Tesis de Maestría). Universidad Autónoma de Yucatán.
- Escalada, A. (2015). *Análisis de los estados de ánimo y estrategias de afrontamiento en futbolistas: diferencias entre jugar en casa y fuera de casa*. (Tesis de Master). Universidad de León.
- Ferreira, H., Metzner, A., Da Silva Ferreira, J., Da Cunha, L., Sales Pino, A., Aggio Murbach, M. Y Drigo, A. (2018). Mídia e esporte: representações sobre treinadores em um jornal impresso. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte (online)*, Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.rbce.2018.03.022>
- Ferrés, J. (2000). *Educar en una cultura del espectáculo*. Barcelona: Paidós.
- Ferrés, J. (2000). Televisión, emociones y educación. En C.E. Valderrama. (Ed.), *Comunicación – Educación. Coordinadas, abordajes y travesías* (pp. 131-154). Bogotá: Siglo del Hombre Editores, Universidad Central – DIUC.
- García-Mas, A. (2007). La psicología del fútbol. En, J. Dosil (Ed.), *El psicólogo del deporte. Asesoramiento e intervención*. Madrid: Síntesis.
- García Naveira, A. (2018). Autoeficacia y rendimiento en jugadores de fútbol. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 2(18), 66-78.
- Gasparino, H. (2013). *Estudo da transmissão esportiva na televisão brasileira*. (Tesis de Grado). Universidade Estadual Paulista.
- Gil Flores, F. y León Rubio, José M. (1998). *Habilidades sociales. Teoría, investigación e intervención*. Madrid: Síntesis.
- Gil Madrona, P., Gutiérrez Marín, E. Y Madrid López, P. (2012). Incremento de las habilidades sociales a través de la expresión corporal: la experiencia en clases de iniciación al baile. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 12(2), 83-88.
- Gimeno Marco, F. (2003). Descripción y evaluación preliminar de una programa de habilidades sociales y de solución de problemas con padres y entrenadores en el deporte infantil y juvenil. *Revista de Psicología del Deporte*, 12(1), 67-79.
- Goellner, S. (2005). Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 19(2), 143-151.

- Gómez-Espejo, V., Aroca, B., Robles-Palazón, F. y Olmedilla, A. (2017). Formación integral en la cantera del Real Murcia C.F.: Tutorías psicológicas. *Revista de Psicología Aplicada al Deporte y al Ejercicio Físico*, 2(11), 1-11.
- González Hernández, J., Martínez Mora, P. y Rodríguez, M. (2018). Entrenar a los padres, mejorar el equipo. La experiencia de la LIGA BRAVE. *Revista de Psicología Aplicada al Deporte y al Ejercicio Físico*, 3(7), 1-13.
- Hernández Moreno, J. (1994). *Fundamentos del deporte: Análisis de las estructuras de juego deportivo*. Barcelona, España: INDE.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hjarvard, S. (2016). Mediatización: La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social. *La Trama de la Comunicación*, 20(1), 235-252.
- Hui, W. (2010). Analysis of modern sports marketing of post-olimpic era. *Journal of human sport & exercise*, 2(6), 378-384.
- Lazarsfeld, P. y Merton, R. (1977). Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. En H. Muraro (comp.), *La comunicación de masas*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Lebert Cozac, J. (2013). *Psicología do esporte. Atleta e ser humano em acao*. Brasil: Roca.
- Llopis-Goig, R. (2013). Identificación con clubes y cultura futbolística en España. Una aproximación sociológica. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 9(33), 236-251.
- Lobo, I., Moraes, L. Y Nascimento, E. (2005). Processo de validação da escala de comportamento do treinador – versao atleta. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 19(3), 255-265.
- Martin, G. (2008). *Psicología del deporte. Guía práctica del análisis conductual*. Pearson: España.
- Martín, J., Rivera, S. Y Morilla, M. (2018). El entrenamiento psicológico integrado en futbol a través de tareas de entrenamiento. *Revista Psicología Aplicada al Deporte y al Ejercicio Físico*, 3(1), 1-15.
- Martinez, M. (2012). Mito y deporte: La reinención del héroe. En J. Marin Montin (Coord.), *Imagen, comunicación y deporte: Una aproximación teórica* (pp. 152-169). España: Comunicación Social.

- Martino, L. (2014). *Teoria da comunicação* 5ed. Brasil: Editora Vozes.
- Méndez, J. (2011). *Relación entre el estilo de liderazgo de entrenadores y la satisfacción de futbolistas profesionales en Yucatán*. (Tesis de Maestría). Universidad Autónoma de Yucatán.
- Monjas, M. (2004). *Programa de enseñanza de habilidades de interacción social (PEHIS) para niños y adolescentes*. Madrid: CEPE.
- Monjas, M. (2007). *Cómo promover la convivencia: Programa de asertividad y habilidades sociales (PAHS)*. Madrid: CEPE.
- Moragas, M. (Noviembre 2007). Comunicación y deporte en la era digital: Sinergias, contradicciones y responsabilidades educativas. En IX Congreso de la Asociación Española de Investigación Social Aplicada al Deporte, Gran Canaria.
- Morelló Tomás, E., Vert Boyer, B. y Navarro Barquero, S. (2018). Establecimiento de objetivos en el currículum formativo de los futbolistas. *Revista de Psicología Aplicada al Deporte y al Ejercicio Físico*, 3(3), 1-9.
- Morrilla, M. y Rivera, S. (2014). *Entrenamiento psicológico con balón: Ejercicios integrados de fútbol*. Sevilla: Centro Excelentia.
- Morrilla, M. y Rivera, S. (2014). El entrenamiento psicológico dentro del trabajo integrado en el fútbol: Diseño de actividades y progresión metodológica. En M. Roffé y S. Rivera (Coords.), *Entrenamiento mental en el fútbol moderno* (pp. 215-253). Argentina: Fútbol de Libro.
- Motta, B. (2012). *Narração de futebol em rádio e tv no Brasil*. (Tesis de Grado). Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Murrieta, P., Ruvalcaba, N., Caballo, V. y Lorenzo, M. (2014). Cambios en la percepción de la violencia y el comportamiento agresivo entre niños a partir de un programa de habilidades sociales. *Psicología Conductual*, 22(3), 569-584.
- Nicola Lavoura, T. (2008). *Medo no esporte. Estados emocionais e rendimento esportivo*. Brasil: Fontoura.

- Oliveira, S., Serassuelo Junior, H., Mansano, M., y Simões, A. (2006). Futebol feminino de competição: uma análise das tendências do comportamento das mulheres/atletas em competir, vencer e estabelecer metas. *Revista Brasileira De Educação Física E Esporte*, 20(3), 209-218
- Olmedilla, A. y Domínguez-Igual, J. (2016). Entrenamiento psicológico para la mejora de la atención y la autoconfianza en un futbolista. *Revista de Psicología Aplicada al Deporte y al Ejercicio Físico*, 1(4), 1-11.
- Olmedilla, A., Sánchez-Aldeguer, M., Almansa, C., Gómez-Espejo, V. y Ortega, E. (2018). Entrenamiento psicológico y mejora de aspectos psicológicos relevantes para el rendimiento deportivo en jugadoras de fútbol. *Revista de Psicología Aplicada al Deporte y al Ejercicio Físico*, 3(8), 1-11.
- Ortiz Marholz, P. (2017). “No todo es balón”. Implicando positivamente a los padres en la práctica del fútbol en etapa formativa. *Revista de Psicología Aplicada al Deporte y al Ejercicio Físico*, 2(9), 1-10.
- Parlebas, P. (1981). *Contribution á un lexique commenté en science de l'action motrice*. Francia: Insep.
- Peris-Delcampo, D. y Cantón, E. (2018). El perfil profesional del especialista en psicología del deporte en fútbol. *Revista de psicología aplicada al deporte y al ejercicio físico*, 3(9), 1-12.
- Rivas, C. y Aragón, P. (2003). Una intervención psicológica en fútbol base: Un trabajo en el Club América de México. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 3(2), 35-40.
- Rivera, S. (2014). Las demarcaciones y su entrenamiento psicológico específico. En M. Roffé y S. Rivera (Coords.), *Entrenamiento mental en el fútbol moderno* (pp. 176-197). Argentina: Fútbol de Libro.
- Rocco Junior, A. (Septiembre, 2012). Quando o resultado menos importa: a cultura das celebridades na espetacularização da cobertura do esporte nos meios de comunicação de massa. En XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza.

- Rocco Junior, A. (Septiembre 2013). O Atleta como celebridade e o esporte como espetáculo no discurso da mídia impressa brasileira: o caso dos Jogos Olímpicos de Londres 2012. En XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus.
- Rocco Junior, A. (2016). Gestão estratégica da comunicação nos principais clubes de futebol do Brasil: Muito marketing, pouca comunicação. *Revista de Gestão e Negócios do Esporte*, 1(1), 64-78.
- Rodríguez Gómez, Gil Flores y García Jiménez. (1999). Metodología de la investigación cualitativa. España: Aljibe.
- Roffé, M. (2003). La preparación psicológica de la Selección Juvenil de Argentina Sub-20 de fútbol para el Mundial 2001: un año de trabajo con futbolistas de élite. *EFDeportes*. Recuperado de: <http://www.efdeportes.com/efd67/psfutbol.htm>.
- Roffé, M. (2005). *Psicología del jugador de fútbol: Con la cabeza hecha pelota*. Buenos Aires: Lugar Editorial.
- Roffé, M. (2006). Miedos y presiones: una investigación con 200 futbolistas de diferentes culturas. *EFDeportes*. Recuperado de: <http://www.efdeportes.com/efd97/miedos.htm>.
- Sainz de Baranda Andújar, C. (2013). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación: estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*. (Tesis Doctoral). Universidad Carlos III de Madrid.
- Salgado Mejía, R., Rivas Garza, C. y García-Mas, A. (2011). Aparición del burnout en jugadores de fútbol de primera división profesional en México: estrategias de intervención. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 11(2), 57-62.
- Salvini, L. y Marchi Junior, W. (2016). Guerreiras de chuteiras na luta pelo reconhecimento: relatos acerca do preconceito no futebol feminino brasileiro. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 30(2), 313-321.
- Salvini, L., Souza, J. y Marchi Junior, W. (2015). Entre fachadas, bastidores e estigmas: uma análise sociológica do futebol feminino a partir da teoria da ação social de Erving Goffman. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 29(4), 559-569.

- Sanchez Beleña, F. y García-Naveira, A. (2017). Sobreentrenamiento y deporte desde una perspectiva psicológica: estado de la cuestión. *Revista de Psicología Aplicada al Deporte y al Ejercicio Físico*, 2(12), 1-12.
- Santos, S., Furtado, S., Poffo, B., Velasco, A. y Lange de Souza, D. (2018). Mídia e jogos paralímpicos no Brasil: a cobertura de Folha de S. Paulo entre 1992 e 2016. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.rbce.2018.03.012>
- Seirullo, F. (2003). *Sistemas Dinámicos y Rendimiento en Deportes de Equipo*. 1st Meeting of Complex Systems and Sport. Barcelona, España: INEFC.
- Simões, A., & Conceição, F. (2004). Gestos e expressões faciais de árbitro, atletas e torcedores em um estádio de futebol: uma análise das imagens transmitidas pela televisão. *Revista Brasileira De Educação Física E Esporte*, 18(4), 343-361.
- Tassi, J., Rivera, S. Y Morilla, M. (2018). El entrenamiento psicológico integrado en el fútbol a través de tareas de entrenamiento. *Revista de Psicología Aplicada al Deporte y Ejercicio Físico*, 3(5), 1-15.
- Toudert, D. y Bringas-Rábago, N. (2018). El impacto del apego al equipo en el consumo recreativo de los espectadores transfronterizos del fútbol. *Retos*, 33(1), 85-90.
- Van-Der Hofstadt, C. (2005). *El libro de las habilidades de comunicación*. España: Diaz de Santos.
- Verderber, K., Verderber, R. y Sellnow, D. (2016). *Comúnicate*. México: Cengage Learning.
- Vinnai, G. (2003). *El fútbol como ideología*. Argentina: Siglo XXI.
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

7. Anexos

Anexo 1

ENTREVISTA

Nombre: _____

Deporte: _____ Equipo: _____

Edad: _____ Categoría: _____ Año debut: _____

PREGUNTAS

1.	¿Qué tan importante son para ti las opiniones de otras personas?
2.	¿Cómo manejas las críticas a tu trabajo? (positivas y negativas)
3.	¿Qué sensaciones tienes al leer o escuchar alguna crítica de tu trabajo?
4.	¿Cuánto tiempo tardas pensando en las críticas negativas?
5.	¿Cómo te sientes durante las entrevistas?
6.	¿Qué tan cómodo te sientes ante un micrófono?
7.	¿Qué tan cómodo te sientes ante la cámara?
8.	¿Te consideras una figura pública?
9.	¿Qué programas deportivos conoces (TV y radio)?
10.	¿Consumes algunos de estos programas o contenidos?
11.	¿Con que frecuencia?
12.	¿Cuáles?
13.	¿Previo a tus partidos consultas algún medio deportivo?
14.	¿Cuándo consideras que tuviste un partido muy bueno o uno muy malo, estás al pendiente de algunos de estos programas deportivos?
15.	¿Qué redes sociales virtuales conoces?
16.	¿Cuáles de estas utilizas?
17.	¿Con que frecuencia?
18.	¿Con qué frecuencia lees los comentarios que te escriben?

	19. ¿Te has sentido personalmente atacado por algún programa deportivo?
	20. ¿Has escuchado o leído comentarios acerca de ti, que no se relacionen con el fútbol?
	21. ¿En qué ámbito?
	22. ¿Prefieres que hablen o que no hablen de ti en este tipo de medios?
	23. ¿Consideras necesarios los programas o medios deportivos?
	24. ¿Cuál debería de ser el rol de los medios de comunicación en el fútbol?
	25. ¿Consideras que debe prepararse a los deportistas para afrontar a los medios? ¿Por qué?
	26. ¿Cuáles son las habilidades que tu consideras deberían ser trabajadas?
	27. Que aspectos psicológicos podrían verse afectados por las críticas negativas.

Anexo 2

Sesión 1	
Objetivo: Que los participantes conozcan de manera general cuáles son las principales habilidades sociales y su función.	
Duración: 45 – 60 minutos	Tema: Habilidades sociales
Objetivos	Actividad
Establecer contacto inicial con el grupo.	Actividad: Todos los participantes se pondrán en círculo y se irán pasando la pelota de futbol mientras responden a la pregunta “¿para qué soy habilidoso?” con lo primero que venga a sus mentes.
Brindar información sobre las habilidades sociales.	Exposición dialogada: ¿Por qué habilidades sociales?
El participante evalúa sus propias habilidades.	Actividad: a cada participante se les brinda una hoja de papel con un cuadro con las 10 habilidades mencionadas en la exposición (Caballo, 2017) y deberá colocar el porcentaje que considera él mismo posee en cada una.
Explicar la técnica de Tareas de casa.	Exposición dialogada: Uso y función de las Tareas de sesión.
Dar a conocer a los participantes la tarea que deberán realizar fuera de la sesión.	Actividad: Se le brindará a los participantes un cuadro donde deberán responder las siguientes preguntas, analizando sus relaciones sociales a lo largo de la semana: <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué comportamientos de mis amigos son confortables para mí? • ¿Qué comportamientos míos son gratificantes para esas personas? • ¿Qué comportamientos míos son desagradables para ellos?

Sesión 2	
Objetivo: Los participantes conocen el proceso de comunicación y sus principales elementos, así como la diferencia entre comunicación verbal y no verbal.	
Duración: 45 – 60 minutos	Tema: Comunicación
Objetivos	Actividad
Los participantes identifican y analizan sus actitudes.	Revisión de la tarea de la sesión pasada: 6 – 8 jugadores que deseen comentarán sus respuestas de la tarea.
Los participantes experimentan la importancia de la comunicación.	Actividad: En grupos de 6, se les entregará un mensaje que deberán ir pasando de uno a uno teniendo una distancia considerable (el mensaje será gritado). El último al que le llegue el mensaje deberá anotarlo en una hoja para comparar con el que se entregó al inicio. Reflexionar sobre la comunicación.
Los participantes conocen el proceso de comunicación.	Exposición dialogada: ¿Qué es la comunicación?
Conocer el proceso de feedback	Actividad: Formados en círculo 5-7 participantes voluntarios, deberán colocarse frente a un compañero y comunicarle algo que le desagrade de esa persona y un elemento que le resulte agradable.
Dar a conocer a los participantes la tarea que deberán realizar fuera de la sesión.	Actividad: Los participantes anotarán en su bitácora el feedback positivo que les darían a las siguientes personas: <ul style="list-style-type: none"> • un familiar • un amigo • entrenador • 3 compañeros del equipo

Sesión 3	
Objetivo: Los participantes conocen y ponen en práctica las principales características para una adecuada comunicación verbal.	
Duración: 45 – 60 minutos	Tema: Comunicación verbal
Objetivos	Actividad
Los participantes expresan comentarios positivos sobre otras personas.	<p>Revisión de la tarea de la sesión pasada: formados en pares los jugadores platicarán sobre los feedback de la tarea. Responderán a la pregunta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Hay diferencia entre la forma del feedback a un familiar y el entrenador?
Los participantes identifican las características de la comunicación verbal.	<p>Exposición dialogada: ¿Qué decimos cuando hablamos?</p>
Los participantes expresan con claridad sus ideas.	<p>Actividad: Formados en parejas, cada participante le expresará a su compañero un mensaje (de duración moderada) y el compañero deberá regresarle el mensaje (parafraseado), pero sin repetirlo al pie de la letra, procurando no resumirlo, ni sintetizarlo.</p>
Los participantes conocen las técnicas de respiración.	<p>Exposición dialogada: La importancia de la respiración para liberar estrés.</p>
Dar a conocer a los participantes la tarea que deberán realizar fuera de la sesión.	<p>Actividad: Los participantes anotarán en su bitácora los problemas de comunicación que identifiquen en los siguientes ámbitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Familiar • Social • En su equipo

Sesión 4	
Objetivo: Los participantes conocen los elementos no paralingüísticos que integran la comunicación y los ponen en práctica de modo eficiente.	
Duración: 45 – 60 minutos	Tema: Comunicación no verbal
Objetivos	Actividad
Los participantes reflexionan sobre la importancia de la comunicación no verbal.	Revisión de la tarea de la sesión pasada: Formados en tercias los jugadores platican sobre los problemas de comunicación identificados y responden a la pregunta: ¿Los problemas de comunicación es por lo que se dice o por lo que se expresa?
Los participantes identifican la comunicación no verbal.	Actividad: 6 – 8 participantes voluntarios tomarán una tarjeta con una palabra y deberán expresarla a sus compañeros sin emitir ninguna palabra ni ruido, los compañeros deberán adivinar solo con lo observado.
Los participantes conocen las características de la comunicación no verbal.	Exposición dialogada: Lo que mi cuerpo expresa también es comunicación.
Los participantes evalúan su comunicación no verbal.	Actividad: Formados en parejas, los participantes contarán una experiencia a sus compañeros. Posteriormente describirán el comportamiento corporal del otro mientras relataba la historia.
Dar a conocer a los participantes la tarea que deberán realizar fuera de la sesión.	Actividad: De pie parados frente a un espejo cada participante dirá una de las observaciones positivas de los ejercicios anteriores, observan y anotando lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué elementos de su cuerpo emplea al momento de hablar? ¿El mensaje verbal es congruente con el no verbal?

Sesión 5	
Objetivo: Los participantes identifican y valoran sus propias capacidades y las de sus compañeros mientras ponen en práctica las habilidades de comunicación.	
Duración: 45 – 60 minutos	Tema: Autoestima
Objetivos	Actividad
Los participantes evalúan su comunicación verbal y no verbal.	Revisión de la tarea de la sesión pasada: 6 – 8 jugadores que deseen comentarán sus respuestas de la tarea anterior, enfatizando si su comunicación verbal y no verbal resulta congruente.
Los participantes valoran su propio esfuerzo.	Actividad: Formados en parejas los participantes contarán una pequeña biografía a sus compañeros, haciendo hincapié en los obstáculos que han vencido para llegar hasta este momento.
Los participantes brindan reforzamientos positivos a sus compañeros.	Actividad: Se colocarán sobre una mesa hojas con el nombre de cada participante. Todos los jugadores deberán escribir en por lo menos 8 hojas, 2 aspectos positivos del compañero correspondiente.
Los participantes practican la técnica de respiración enseñada.	Actividad: Acostados en una superficie cómoda los participantes seguirán las instrucciones para realizar respiraciones cíclicas siguiendo los tiempo 4-8-4.
Dar a conocer a los participantes la tarea que deberán realizar fuera de la sesión.	Actividad: Los participantes anotarán en su bitácora los medios de comunicación relacionados con el deporte que vean o escuchen a lo largo de la semana. <ul style="list-style-type: none"> • Periódicos, revistas, programas de televisión y radio.

Sesión 6	
Objetivo: Los participantes conocen las principales características del periodismo deportivo y su relación con el fútbol.	
Duración: 45 – 60 minutos	Tema: Periodismo deportivo
Objetivos	Actividad
Los participantes identifican los medios de comunicación deportivos del entorno.	Revisión de la tarea de la sesión pasada: 6 – 8 jugadores que deseen comentarán los medios identificados en la tarea anterior, resaltando fortalezas y debilidades.
Los participantes conocen las características del periodismo deportivo.	Exposición dialogada: “Periodismo deportivo: Un estilo de periodismo especializado”.
Los participantes experimentan el papel de los medios de comunicación.	Actividad: Formados en equipos de 5 personas, se les asignará un medio de comunicación y deberán dar por equipos una noticia deportiva, tomando en cuenta las características del medio que les toco.
Dar a conocer a los participantes la tarea que deberán realizar fuera de la sesión.	Actividad: Cada participante anotará en su bitácora, los comentarios que escuche o lea sobre su desempeño deportivo. <ul style="list-style-type: none"> • En periódicos, programas de televisión y radio. • Por familiares, amigos, personas cercanas.

Sesión 7	
Objetivo: Los participantes conocen el proceso de afrontamiento y sus principales estilos.	
Duración: 45 – 60 minutos	Tema: Afrontamiento 2
Objetivos	Actividad
Los participantes analizan sus sentimientos hacia las críticas.	<p>Revisión de la tarea de la sesión pasada: 6 – 8 jugadores que deseen comentarán sus respuestas de la tarea anterior, enfatizando:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué sensaciones les causan esas críticas? • ¿Cómo reaccionan ante esas críticas?
Los participantes conocen el proceso de afrontamiento y sus estilos.	Exposición dialogada: “Afrontamiento: Estilos”.
El participante pone en práctica la resolución de conflictos.	Actividad: Formados en grupos de 5 personas, cada grupo recibirá una bolsa con diversas figuras geométricas y deberán formar 3 cuadros de igual tamaño. Ningún participante podrá hablar y todos deberán participar en la formación de los cuadrados.
Dar a conocer a los participantes la tarea que deberán realizar fuera de la sesión.	Actividad: Se le brindará a los participantes una copia de las actividades: “Qué hago con las críticas” y “Qué hago con los halagos” (Anexos 3 y 4), donde escribirán a lo largo de la semana la situación presentada (según la actividad), su reacción y consecuencia de dicha acción.

Sesión 8	
Objetivo: Los participantes ponen en práctica estilos de afrontamiento en críticas periodísticas sobre su trabajo.	
Duración: 45 – 60 minutos	Tema: Afrontamiento 3
Objetivos	Actividad
Los participantes identifican sus estilos de afrontamiento.	Revisión de la tarea de la sesión pasada: 6 – 8 jugadores que deseen comentarán sus respuestas de la actividad anterior, reflexionando de acuerdo a las situaciones anotadas el estilo de afrontamiento que poseen ante las críticas.
Los participantes evalúan diversos estilos de afrontamiento.	Actividad: Se les proyectarán diversos ejemplos de entrevistas a futbolistas y entrenadores y los participantes deberán determinar los estilos de afrontamiento empleados.
Los participantes identifican sus redes de apoyo social.	Actividad: Cada participante escribirá el nombre de 3 personas que vengan a su mente cuando se siente estresado o agobiado, y el nombre de 3 personas que vengan a su mente cuando se siente pleno y satisfecho. Reflexionar si hay coincidencias.
Dar a conocer a los participantes la tarea que deberán realizar fuera de la sesión.	Actividad: Cada participante anotará en su bitácora las acciones o pensamientos que realiza en el momento en que escuche o lea un comentario sobre su trabajo. Reflexionará en su bitácora lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • ¿Está poniendo en práctica un estilo de afrontamiento?, ¿Cuál? • ¿Cumple su función ese estilo de afrontamiento?

Sesión 9	
Objetivo: Los participantes conocen las principales características de la asertividad y la importancia de su relación con el deporte.	
Duración: 45 – 60 minutos	Tema: Asertividad
Objetivos	Actividad
Los participantes evalúan sus estilos de afrontamiento.	Revisión de la tarea de la sesión pasada: Formados en parejas, cada participante comenta sus impresiones del ejercicio anterior y si considera que le funciona el estilo o estilos de afrontamiento que emplea.
Los participantes experimentan la importancia de la asertividad.	Actividad: Formados en parejas, cada participante recibirá una hoja con una frase y una emoción contrario. Deberá emitir el mensaje escrito a su compañero expresándolo con la emoción indicada. Reflexionar sobre la dualidad del comportamiento.
El participante conoce las características de la conducta asertiva.	Exposición dialogada: “Asertividad: por qué es importante”.
Los participantes identifican los estilos de comunicación asertiva.	Actividad: Se les proyectarán a los participantes diversas situaciones y casos relacionados con el deporte y deberán clasificar si el estilo corresponde a una conducta pasiva o agresiva y cuál sería su variable asertiva.
Dar a conocer a los participantes la tarea que deberán realizar fuera de la sesión.	Actividad: Cada participante escribirá en su bitácora las expresiones que más emplea en los diferentes ámbitos de su vida (familiar, social y con su equipo) y clasificará dichas expresiones en pasivas, agresivas o asertivas.

Sesión 10	
Objetivo: Los participantes ponen en práctica estilos asertivos en sus relaciones cotidianas y laborales.	
Duración: 45 – 60 minutos	Tema: Asertividad 2
Objetivos	Actividad
Los participantes identifican si tienen conductas asertivas.	Revisión de la tarea de la sesión pasada: 6 – 8 jugadores que deseen comentarán sus respuestas de la tarea anterior y reflexionarán si tienen conductas asertivas a lo largo de su día y si es en todos los ámbitos de su vida.
Los participantes experimentan la importancia de la empatía.	Actividad: En una hoja de papel cada participante escribirá 5 definiciones de sí mismo, posteriormente formados en círculo irán pasándose las hojas para poder leer las de los demás. Al finalizar cada participante mencionará 2 definiciones de sus compañeros con las cuales se identifique.
Los participantes son capaces de expresarse de manera asertiva con sus compañeros.	Actividad: Formados en grupos de 5 personas, cada participante, de forma asertiva, le dirá a sus compañeros un comentario sobre el trabajo de cada uno.
Los participantes practican la técnica de respiración enseñada.	Actividad: Acostados en una superficie cómoda los participantes seguirán las instrucciones para realizar respiraciones cíclicas siguiendo el tiempo 4-8-4.
Dar a conocer a los participantes la tarea que deberán realizar fuera de la sesión.	Actividad: Los participantes intentarán actuar de forma asertiva ante las críticas y halagos que reciban a lo largo de la semana y lo anotarán en sus copias de las actividades: “Qué hago con las críticas” y “Qué hago con los halagos” (Anexos 3 y 4).

Sesión 11	
Objetivo: Los participantes son capaces de reconocer y compartir los logros, hazañas y retos de su qué hacer como futbolistas.	
Duración: 45 – 60 minutos	Tema: Autoestima 2
Objetivos	Actividad
Los participantes identifican y analizan sus comportamientos.	Revisión de la tarea de la sesión pasada: Formados en parejas comentarán con sus compañeros las impresiones del ejercicio anterior, comparando cuando reaccionaron de forma natural y cuando pusieron en práctica conductas asertivas.
Los participantes ponen en práctica estrategias de afrontamientos y conductas asertivas.	Actividad: Formados en parejas, los participantes recibirán una hoja con críticas negativas de su compañero y deberán cambiarlas por una enseñanza positiva y decirlas de forma asertiva.
Los participantes son capaces de reconocer sus propios logros.	Actividad: Cada participante escribirá un “comunicado de prensa” donde relate su propia historia en el fútbol, resaltando sus virtudes y logros.
Los participantes son capaces de responder de forma asertiva.	Actividad: Se le entregará a cada participante 3 tarjetas donde deberán escribir 3 preguntas (una en cada tarjeta) que le harían a un compañero de profesión. Posteriormente cada uno leerá y responderá él mismo sus propias preguntas.
Dar a conocer a los participantes la tarea que deberán realizar fuera de la sesión.	Actividad: Se le entregará a cada participante una copia de la actividad “Formato de observación para interacción con medios” (Anexo 5) y deberá observar a lo largo de la semana por lo menos 3 entrevistas (jugadores, entrenadores, etc.) y llenar la hoja de la actividad.

Sesión 12	
Objetivo: Los participantes ponen en práctica, en un ambiente deportivo, las habilidades sociales adquiridas referentes a la comunicación, asertividad y afrontamiento.	
Duración: 45 – 60 minutos	Tema: Habilidades sociales
Objetivos	Actividad
Los participantes son capaces de identificar los elementos de la comunicación no verbal.	Revisión de la tarea de la sesión pasada: formados en parejas, los participantes comentarán los elementos no verbales que detectaron en el ejercicio anterior.
Los participantes ponen en práctica las habilidades sociales adquiridas.	Actividad: Por turnos, cada jugador pasará al frente y recibirá diversas preguntas por parte de sus compañeros a modo de una “rueda de prensa”, el jugador deberá responder a las preguntas procurando aplicar las habilidades vistas a lo largo del programa de intervención. A cada jugador le tocará evaluar a un compañero con el “Formato de observación para interacción con medios” (Anexo 5), para darle una retroalimentación posterior.
Los participantes evalúan sus propias habilidades.	Actividad: A cada participante se le brinda una hoja de papel con un cuadro con las 10 habilidades mencionadas en la exposición (Caballo, 2017) y deberá colocar el porcentaje que considera él mismo posee en cada una. Comparar con el que realizaron en la sesión 1.
Los participantes reflexionan sobre los aprendizajes adquiridos.	Actividad: Formados en círculo los participantes irán platicando cómo se sintieron a lo largo de las sesiones y cómo consideran es ahora la manera en que se desenvuelven.

Anexo 3**“QUÉ HAGO CON LAS CRÍTICAS”**

Formato de autoregistro

Nombre: _____

Instrucciones: El siguiente formato es para registrar cuando se presenten situaciones en las que recibas críticas o comentarios negativos acerca de tu trabajo o desempeño. Anota la situación presentada, la forma en la que actuaste y si se presentó alguna consecuencia.

Fecha	Situación presentada	¿Cómo actué?	¿Qué resultados tuvo?

Anexo 4**“QUÉ HAGO CON LOS CUMPLIDOS”**

Formato de autoregistro

Nombre: _____

Instrucciones: El siguiente formato es para registrar cuando se presenten situaciones en las que recibas halagos o comentarios positivos acerca de tu trabajo o desempeño. Anota la situación presentada, la forma en la que actuaste y si se presentó alguna consecuencia.

Fecha	Situación presentada	¿Cómo actué?	¿Qué resultados tuvo?

Anexo 5**FORMATO DE OBSERVACIÓN PARA INTERACCIÓN CON MEDIOS**

- Motivo de la entrevista: _____
- Jugador entrevistado: _____

Instrucciones: De acuerdo al video observado encerrar en un círculo los elementos enlistados que pudiste identificar.

Elemento	Comportamiento ideal	Presencia		Observaciones
Mirada	Directa, horizontal y relajada.	✓	✗	
Expresión facial	Coherente con lo que está diciendo.	✓	✗	
Sonrisa	Franca, abierta, sincera y coherente con el contexto.	✓	✗	
Postura corporal	Erecta, relajada y ligeramente inclinada hacia la dirección del interlocutor.	✓	✗	
Gestos y movimientos de la cabeza	Coherente con el estado de ánimo y con lo que se dice.	✓	✗	
Distancia	Mantener la distancia correspondiente al tipo de relación.	✓	✗	
Apariencia personal	Cuidada.	✓	✗	
El habla	Se deben decir las cosas de forma audible, fluida y clara.	✓	✗	

Adaptado de Caballo, 2007.

Anexo 6**Programa de entrenamiento en habilidades sociales para futbolistas y su relación con los medios de comunicación.***Formato de evaluación*

Instrucciones: De acuerdo a las siguientes afirmaciones señala la respuesta que consideres más pertinente de acuerdo a la siguiente escala:

1	2	3	4	5
No me agradó	Me fue indiferente	Puede mejorar	Estuvo bien	Excelente

Sobre el programa en general					
La duración del programa de intervención me pareció:	1	2	3	4	5
El número de sesiones abarcadas me pareció:	1	2	3	4	5
Los temas vistos durante el programa fueron:	1	2	3	4	5
Sobre el contenido del programa:					
La duración de cada sesión me pareció:	1	2	3	4	5
Las actividades realizadas en las sesiones me parecieron:	1	2	3	4	5
Las tareas de casa en cada sesión me parecieron:	1	2	3	4	5
El material audiovisual empleado en cada sesión me pareció:	1	2	3	4	5
Sobre el encargado del programa:					
Su dominio de los temas me pareció:	1	2	3	4	5
Su actitud hacia mi persona y el grupo fue:	1	2	3	4	5
Su seguridad proyectada en cada sesión me pareció:	1	2	3	4	5
Su manejo del grupo durante las sesiones fue:	1	2	3	4	5
Su facilidad para aclarar dudas y brindar instrucciones fue:	1	2	3	4	5

Considero que este programa de intervención me ha brindado herramientas para una mejor relación con los medios de comunicación: SI ____ NO ____

Sugerencias al programa:

A Peyoya, Enano, Ramona & Kelly.