

Mesa Redonda: Psicología del Deporte y Medios de Comunicación

Celebrado en el Club Diario Levante, el 5 de Marzo de 1998

Recensionadora: M. Carmen Sánchez Gombau.

Presidenta de la Asociación de Psicología del Deporte de la Comunidad Valenciana.

Organizada por la sección de Psicología del Deporte del Colegio Oficial de Psicólogos de la Comunidad Valenciana, se celebró en el Club Diario Levante una mesa redonda titulada "Psicología del Deporte y Medios de Comunicación", que contó con la participación de: **Jorge Bartual, jugador del Valencia C.F.; Jaime Bayarri, psicólogo, árbitro internacional de fútbol y comentarista deportivo en Noticias Nou; Gaizka Mendieta, jugador del Valencia C.F.; M^a Carmen Moles, psicóloga del deporte y colaboradora de diversos medios de comunicación; Javier Navarro, jugador del Valencia C.F. y José Vicente Aleixandre, redactor jefe del Diario Levante, moderando la misma Enrique Cantón, responsable de la sección de Psicología del Deporte en el Colegio Oficial de Psicólogos de la Comunidad Valenciana.**



Bayarri, Navarro, Aleixandre, Cantón, Mendieta, Moles y Bartual.

Esta mesa se encuadra dentro del objetivo más global que desde la sección se han propuesto de dar a conocer a los diferentes estamentos públicos, y especialmente a los deportivos, la labor que los/as psicólogos/as del deporte pueden realizar. Se abordó un tema importante como es: el de la psicología del deporte y su relación con los medios de comunicación, contando en la mesa con una amplia representación fundamentalmente del mundo del fútbol, como deporte que más seguimiento informativo tiene en este país.

El moderador inició la mesa definiendo la relación entre psicología del deporte y medios de comunicación como fundamental, y la idea de que solo existe lo que es conocido, y lo que no es conocido no existe. En esta sociedad esto es especialmente cierto, ya que los medios de comunicación van

más allá de transmitir una información, entrando en la valoración, lo que repercute en la propia actividad deportiva, y más cuando hablamos de un deporte-espectáculo como es el fútbol, que tiene una proyección social de sobra conocida.

Posteriormente M. Carmen Moles apuntó que su trabajo como colaboradora en diferentes medios de comunicación se centra en transmitir cual es el papel y el trabajo que desempeña el psicólogo del deporte, desde dos medios de comunicación: la prensa y la televisión local. Piensa que es muy importante que los psicólogos del deporte difundan su trabajo, ya que en la calle existen muchos mitos, como por ejemplo que al psicólogo sólo van los deportistas que están locos.

Su primer agradecimiento fue para los medios de comunicación, por la oportu-

tunidad que le han brindado de colaborar con ellos y la invitación a que continúen acercando a los diferentes estamentos deportivos y a través de ellos difundir cual es el trabajo, tanto a nivel de entrenamiento psicológico como de asesoramiento, que nos ayudarán a clarificar el concepto y el rol, que no está aun muy asentado socialmente, y a desmitificar muchos conceptos que están en boca de todos para explicar muchas conductas. También recomendó a los psicólogos que aprendan a valorar la importante labor que realizan los medios de comunicación y que se atrevan a hacer sus "propios pinitos", aunque reconoció que es una apuesta arriesgada, ya que muchas veces recibes presiones. Pero piensa que una de las labores más importantes que tienen que realizar en este momento los psicólogos del deporte es la de darse a conocer. Por otra parte, comentó el hecho de que prácticamente todas las personas en la calle piensan que saben más que cualquier entrenador, y esto se amplía a la psicología, todos piensan que son un poco psicólogos. Todos podemos opinar sobre fútbol, política o psicología, pero no podemos olvidar que hay un grupo de personas que se han formado y especializado en estos temas.

Una segunda reflexión giro sobre la influencia de los medios de comunicación tanto en la vida de los deportistas como en la psicología del deporte. Muy brevemente comentó la influencia que los medios de comunicación tienen sobre la vida de los jugadores. Cuando una persona llega a cierto nivel de rendimiento, o se convierte en un deportista de élite, es muy importante la presión que ejercen los medios de comunicación, y no siempre están preparados para poder soportarla. Desde aquí la psicología también tiene respuestas que ofrecer.

Por último, hizo mención a las experiencias que tuvieron psicólogos del deporte que entraron a trabajar con

equipos de fútbol, y la repercusión no muy positiva que tuvieron en los medios de comunicación. Pero no olvidemos que si un médico opera una rodilla y el resultado no es lo que se esperaba, nadie comenta que la medicina deportiva no sirva, o sea negativa. Pero esto si está ocurriendo en la psicología del deporte. De la misma forma, muchas veces los medios de comunicación utilizan términos como «falta de motivación», « falta de concentración» o «ansiedad», para explicar el rendimiento negativo de un deportista o un equipo, y lo que si que merecería la pena es que empezaran a pensar en transmitir que estos aspectos se pueden entrenar y que existen técnicas que la psicología puede ofrecer.

M. Carmen Moles acabó su intervención solicitando a los medios de comunicación que permitan a los psicólogos del deporte difundir su función y su labor profesional a través de los medios de comunicación.

A continuación, tomó la palabra José Vicente Aleixander, que como periodista centro su intervención en tres aspectos: la mala prensa que tiene la psicología del deporte, especialmente en el mundo del fútbol, a la que comparó con los inicios de los preparadores físicos, que en un principio ningún equipo técnico o entrenador los quería, y que poco a poco se fueron asentado hasta que actualmente, no hay ningún entrenador que se precie que no cuente con preparador físico. Piensa que con los psicólogos puede ocurrir lo mismo, pero es posible que con mayores reticencias, ya que el mundo del fútbol es más irracional, y donde los profesionales recurren a magias o creencias más o menos extrañas.

También comentó la mala prensa que tiene la psicología del deporte desde un punto de vista divulgativo entre los profesionales del periodismo porque les suena a rollo, a artículo largo, a denso. Quizá aquí tendríamos que pedir ma-

yor profesionalidad tanto a los periodistas como a los propios psicólogos para que ofreciesen algo mucho menos aburrido. También abordó la actitud psicológica del periodista a la hora de tratar al deportista tanto como sujeto de una posible entrevista, como de una posible crítica, y el interés en conocer que postura tiene que adoptar el periodista para no maltratar psicológicamente a estas personas.

Por último, solicitó que de la misma forma que se les demanda a los profesionales de los medios de comunicación virtudes, posicionamientos, consideraciones... también sería adecuado pedir cierta corresponsabilidad

En su intervención, Jorge Bartual comentó que la psicología dentro del fútbol no se conoce, y lo poco que se conoce no se admite. El ámbito del fútbol actúa como una corporación, utilizando cosas que conocemos y nos benefician a todos. El piensa que es mejor actuar en el deporte individual donde es más fácil ayudar a una persona a que consiga una marca o un rendimiento. Mientras que en deportes individuales se da más importancia a aspectos psicológicos, en los colectivos se da mayor importancia a los técnicos, tácticos y físicos, dejando los psicológicos a un lado, que dependen directamente de la figura del entrenador.

Respecto a la relación del fútbol y los futbolistas con los medios de comunicación, y la influencia que ejercen sobre el público en general, Bartual opinó que es indudable la importancia y el poder que tienen los medios de comunicación. Son capaces de aupar a un jugador a lo más alto, y a la semana siguiente hundirlo, pero también piensa que ellos como profesionales tienen admitirlo y aprender a valorar estos comentarios. Por eso, quizás lo más importante sería saber como influyen en la gente, ya que esta se guía mucho por la prensa, por la radio, por la televisión. Los medios de comunicación

consiguen que las personas vean a determinado jugador de una forma concreta, y eso lo notan cuando van por la calle y la gente te increpa o te juzga, y notas que sus opiniones son más debidas a lo que escuchas o leen que a lo que realmente piensan.

Comentó que los medios de comunicación no se guían solo por lo que piensan o ven, ya que no podemos olvidar que el fútbol es un negocio y que los medios de comunicación están metidos en ese negocio. Si un periódico quiere vender más puede poner un titular que sabe que le hará vender más.

Gaizka Mendietza se mostró de acuerdo con José Vicente Aleixandre en que el fútbol nunca ha tenido psicólogos, pero antes tampoco tenía preparadores físicos, y con el tiempo se han llegado a introducir en este mundo y actualmente son muy importantes. Yo creo que esto es lo más difícil con lo que se enfrenta la psicología en este momento. Quizás desde el mundo del fútbol se piense que esto es una labor más del propio jugador que del equipo, y hay personas que no se atreven a hablar con un psicólogo o de un psicólogo.

Respecto al papel de los medios de comunicación, pienso igual que Jorge Bartual, que tienen mucho poder sobre la gente, y tener que llenar páginas con noticias que no siempre ocurren también es una labor difícil. Es complicado escribir todos los días sobre el Valencia cuando no ocurren cosas. El jugador pedía que no se les valorara solo por lo que leen en la prensa escrita u oyen en la radio o televisión, sin tener en cuenta que en los equipos no siempre pasan cosas.

Javi Navarro piensa que la psicología en el fútbol es importante, pero no se ha introducido totalmente, aunque se está intentando, como ocurre en las escuelas de diferentes equipos de fútbol. Apuesta por una decisión individual del jugador, y que habrá jugadores en una plantilla que no estarán de acuer-

do con la incorporación de la figura del psicólogo, que no se podría generalizar, ya que como bien comentaba Aleixandre hay jugadores que tienen unas creencias muy extrañas, muchas manías.. y sería necesario convencerles para que pudiesen acoplarse a esto. Quizá en la situación que él está actualmente, lesionado, donde no sabes cuando te vas a recuperar, cuando podrás volver a jugar, te vas apagando un poco si puede ser importante la figura del psicólogo que te ayude a recuperar la confianza en ti mismo, de la misma forma que cuando tienes problemas físicos, o cuando los resultados no acompañan.

Respecto a los medios de comunicación coincidió con los demás en que los medios de comunicación son importantísimos en este mundo, y los futbolistas tienen que acostumbrarse, sobre todo con tiempo, a que son ellos los que te ayudan a llegar a lo más alto, pero cuando van mal o estás lesionado en ningún momento se acuerdan de ti.

El último en intervenir fue Jaime Bayarri, quien comentó que la psicología como ciencia aplicada al deporte, estudia directa o indirectamente la actividad humana en el deporte y abarca los siguientes campos: el deportista, el entrenador, al equipo, a los aficionados, a los directivos, a los árbitros y a la prensa. Todos están inmersos en una misma actividad y a todos les abarca el campo de la psicología. Cuando los medios de comunicación tratan con los directivos y entrenadores y estos tratan de justificar la conducta de su equipo, recurren a términos psicológicos: ¿por qué entrenan tan bien los jugadores y en los partidos no rinden igual? ¿Porque ante determinados equipos mis jugadores se atenazan? ¿Porque cuando juegan fuera juegan diferente? ¿Porque se empieza bien la liga y se acaba tan mal? ¿Porque cuando nos meten un gol no sabemos reaccionar? Esas preguntas necesitan una respuesta, que afortunadamente la da el campo de la psicología. También es fácil escuchar frases como:

"no estábamos mentalizados para este partido, nos cuesta mantener la concentración los 90 minutos, al equipo le falta mentalidad de ganador, el equipo no tiene confianza en sus posibilidades". Todo esto son conductas del ser humano en la práctica de un deporte, y si marcamos la cantidad de información que aparece en los medios de comunicación y vemos la trascendencia que tienen en la conducta de todo aquello que rodea al mundo del deporte, aficionados y directivos principalmente, si que podemos empezar a ver que tienen algo que ver los medios de comunicación con la psicología, y concretamente con la psicología del deporte. El psicólogo es aquella persona que ayuda al ser humano, y si el deporte lo practica el ser humano puede necesitar la ayuda del psicólogo y mientras el periodista es aquella persona que cuenta cosas y contar las cosas tal y como son es su éxito, el problema es cuando el periodista de contar pasa a opinar. Los medios de comunicación han convertido el deporte en espectáculo. Otros intereses de tipo económico o político han interferido y han convertido lo que en principio era juego y después pasó a ser deporte, por los medios de comunicación se convierte en espectáculo y por los intereses en negocio, negocio malo y ruinoso. Hoy estamos en este mundo y mucho puede aportar la psicología en la colaboración con los medios de comunicación.

La mesa redonda se cerró con interesantes aportaciones por parte de los asistentes que ayudaron a concretar aún más el tema.

Nos gustaría invitar a la sección de Psicología del Deporte del Colegio Oficial de Psicólogos del País Valenciano a que siga teniendo estas iniciativas, que permitan a los diferentes estamentos deportivos el conocer el papel profesional de los psicólogos del deporte, que como vimos a lo largo de la mesa redonda, es una de las labores más prioritarias a las que se enfrenta esta disciplina.