



gestión integral
de la comunicación y la imagen

DEPORMEDIO

La comunicación deportiva es la proyección social del valor de la imagen de un club, de su marca, de su cultura, de su estilo de conducta, de su capacidad de gestión, de innovación, de comunicación y de liderazgo.

EL PROGRAMA CREME





PROGRAMA CREME

CREME es un programa de formación de relaciones con los medios de comunicación exclusivo de **DEPORMEDIO** dirigido a las sociedades deportivas.

Los medios de comunicación social conceden un creciente espacio al análisis de la gestión económica de los clubes o de las federaciones, a sus campañas de marketing y merchandising, a sus relaciones con el entorno y a su impacto social. Las constantes apariciones de directivos en radio, prensa o televisión, o la cada vez mayor presencia de los atletas de elite en ciertos medios que, como la denominada prensa del corazón, nada tienen que ver con el mundo del deporte, exigen que tanto **directivos como deportistas se provean de los recursos y técnicas más adecuadas para el mejor cumplimiento de su función comunicadora.**

CREME se compone de tres cursos independientes :

1. Curso General de Relaciones con los Medios. Dirigido a los miembros de la **Junta Directiva y de la Gerencia** del club. Su finalidad primordial es enseñar a relacionarse de una manera provechosa con los medios de comunicación, conociendo en profundidad la forma en que actúa la prensa deportiva y no deportiva, mostrando las fórmulas más idóneas para conseguir que los mensajes sean correctamente difundidos y comprendidos, aprendiendo a reconocer las oportunidades y aprovecharlas, ofreciendo tratamiento para las situaciones internas graves que pueden derivar en perjuicio para la imagen del club. **Este curso servirá para establecer una selección de portavoces** que llevarán a cabo la comunicación institucional y relacional de la organización.

2. Curso de Formación de Portavoces. Dirigido a los **portavoces seleccionados**. Se orienta al perfeccionamiento de las habilidades comunicadoras cara a su presencia en foros institucionales así como el desarrollo de las relaciones con los medios de comunicación social, enseñando a construir y a pronunciar un discurso para **conseguir una comunicación efectiva** con cada una de las audiencias de interés para las sociedades deportivas.

3. Curso para deportistas. Su propósito es señalar a los **deportistas** cómo se puede mantener con los representantes de los medios, tanto deportivos como de otros ámbitos, una **relación provechosa y positiva para su imagen y la del club.**



PROGRAMA CREME

La identidad es forma y contenido, signos y conceptos, pero está sometida a la percepción social de los actos y de las palabras.

RAZONES PARA UN PROGRAMA DE CURSOS DE MEDIOS DIRIGIDO A SOCIEDADES DEPORTIVAS

Porque los **portavoces son la imagen del club** en actos institucionales y quienes transmiten los mensajes a su público a través de los medios de comunicación.

Porque los consumidores de espectáculos deportivos responden a las informaciones/mensajes que se dirigen a sus sentimientos. De manera que **primero sienten y luego actúan**.

Porque el valor fundamental de un club deportivo reside en lo que no es tangible ni registrable : **la imagen de empresa y de marca**, que es una imagen mental que vive en el imaginario colectivo. La trayectoria del club, su notoriedad y la gestión de la marca es lo que realmente le confiere valor. Y el valor es algo subjetivo y emocional, algo diferente del coste que es lo que se expresa en cifras. **Los valores están por encima de los costes**.

Porque la profesionalización ha traído como consecuencia que la disciplina de los equipos entre muy a menudo en colisión con los intereses particulares de los jugadores, que saben cómo utilizar los medios para expresar sus quejas o lograr ventajas económicas o deportivas. Poco se puede hacer para evitarlo, pero sí **puede actuarse para evitar al menos que los directivos o los jugadores terminen haciendo el ridículo ante la opinión pública** (lo que es mucho más perjudicial para el club)

Porque los clubes deportivos adolecen de una incapacidad manifiesta para **marcar la agenda de los medios**, y siempre parecen ir a remolque de las iniciativas de los periodistas.

Porque en los clubes deportivos no existe un criterio de selección de medios; muchos directivos carecen de recursos para **afrontar preguntas comprometidas u hostiles**, y desconocen cómo **salir triunfantes de un debate**.

Porque la constante presencia de los grandes jugadores en medios de comunicación de todo tipo, puede ser una fuente de conflictos y afectar no sólo a su propia **reputación** sino sobre todo a la del club a que pertenece.

Porque a las **Sociedades Anónimas Deportivas** se les aplica el régimen común de las sociedades anónimas, lo cual favorece su futura cotización en el mercado de valores pero también impone un **mayor esfuerzo de comunicación** y un perfecto conocimiento de la prensa económica.



PROGRAMA CREME

En la actualidad, la dimensión económica y social de los clubes deportivos se impone a su dimensión meramente competitiva

OBJETIVO DEL PROGRAMA CREME

El **Programa CREME** tiene por objeto **orientar las relaciones** que los **profesionales del deporte** (directivos, jugadores, empleados) entablan con los representantes de los **medios de comunicación** (editores, periodistas) desde la perspectiva de que tales relaciones (entre otras) son características cualitativas de toda acción comunicacional.

El **Programa CREME** ofrece a los profesionales del deporte recursos, técnicas y asesoramiento para que sean capaces de **aprovechar en beneficio del club** sus contactos habituales con los medios de comunicación.

El **Programa CREME** les enseña a **preparar los contenidos** (mensajes) y a sacar el mayor partido de la comparecencia ante los medios.

El **Programa CREME** ha sido diseñado para que los portavoces de los clubes o federaciones deportivas sean capaces de **representar con éxito** a sus respectivas sociedades en los foros institucionales. Revela cómo se debe construir y pronunciar un discurso para alcanzar los fines perseguidos o cómo actuar durante un debate público y salir airoso del mismo.

El **Programa CREME** es un instrumento imprescindible para que las sociedades deportivas **refuerzen su reputación**, fortalezcan el compromiso con su público fidelizándolo e incrementen los beneficios tanto deportivos como económicos.



PROGRAMA CREME

*Los mejores comunicadores que he conocido nunca cambian su estilo de interacción. Son los mismos si están pronunciando un discurso, en una conversación íntima o en una entrevista para la televisión
(Roger Ailes)*

1. Curso General de Relaciones con los Medios

- *descripción*
- *duración*
- *contenido*





PROGRAMA CREME

• descripción

El **Curso General de Relaciones con los Medios** está concebido para que los miembros de la **Junta Directiva y de la Gerencia** de las sociedades y federaciones deportivas conozcan las técnicas y dispongan en todo momento de los recursos necesarios para relacionarse con los medios de comunicación de una forma provechosa para su imagen y para la de la organización a la que representan.

El objetivo fundamental es, por tanto, **enseñar a los directivos a establecer unas relaciones positivas y beneficiosas con los medios de comunicación social deportivos y no deportivos.**

¿Alguna vez ha reparado en que **portavoces** de importantes sociedades deportivas se presentan ante los medios de comunicación (o lo que es lo mismo, sus públicos) titubeantes, incorrectamente vestidos, adoptando posturas inadecuadas, incapaces de transmitir un mensaje claro, y proyectando, en suma, una **imagen muy negativa**?

¿Alguna vez ha pensado que el contacto cotidiano que existe entre los directivos y los periodistas puede llegar a desembocar en una **crisis** producida por malentendidos o derivada de unas relaciones excesivamente personales y desorganizadas?

¿Alguna vez, reclamado con urgencia por los periodistas, ha pronunciado **discursos improvisados** que, fuera de su contexto, dieron lugar a noticias y titulares peligrosos para la estabilidad de su club?

¿Es consciente de que a través de su sociedad deportiva controla la **producción de noticias** y las fuentes de información y puede actuar como auténtico mediador social?

¿Alguna vez ha contemplado a **directivos** que, ante preguntas comprometidas u hostiles, **pierden la compostura** o se hunden en un silencio vergonzoso y culpable?

¿Alguna vez se han agravado **situaciones internas delicadas** en su club hasta desembocar en una crisis institucional por no haber sabido gestionar adecuadamente la información?

¿Alguna vez se ha sentido incapaz de **desmentir o rectificar informaciones** negativas o peligrosas para su organización?



PROGRAMA CREME

Las respuestas a las anteriores, y a otras muchas cuestiones que incumben a las relaciones con los medios de comunicación de clubes y federaciones deportivas, componen la materia fundamental de nuestro **Curso General de Relaciones con los Medios**.

El Curso está dirigido por expertos en comunicación corporativa de **DEPORMEDIOS**. Eminentemente práctico cuenta, además, con la participación y el apoyo de prestigiosos profesionales del periodismo en activo.

Suministra las técnicas, habilidades y herramientas imprescindibles para que las relaciones con los representantes de los medios sean beneficiosas para la organización en su conjunto coadyuvando a proyectar una imagen positiva y a fortalecer la reputación corporativa.

Explica en profundidad la forma en que actúan los periodistas, así como las características propias de cada medio.

Presenta las fórmulas idóneas para conseguir que los mensajes sean correctamente recibidos y difundidos a través de los medios de comunicación.

Advierte de los riesgos de una inadecuada preparación de ciertas comparecencias ante los medios, y de una desatinada gestión de la información.

Enseña a reconocer las oportunidades y aprovecharlas en beneficio de la sociedad deportiva.

Ayuda a organizar las relaciones con los periodistas, proporcionando criterios de selección y técnicas para influir en la agenda de los medios.

Muestra cómo se deben encarar las informaciones negativas y cómo tratar situaciones internas o externas graves que puedan desembocar en situaciones de crisis institucional.

Informa sobre la prensa no deportiva, fundamentalmente económica, que influye en el desarrollo de las sociedades anónimas deportivas.

Facilita recursos para contestar las preguntas de periodistas hostiles, y aconseja la menor manera de salir airoso de un debate público.



PROGRAMA CREME

• duración

El **Curso General de Relaciones con los Medios** de **DEPORMEDIOS** tiene una duración aconsejada de **diez horas**. Se imparte durante dos medias jornadas consecutivas.

• contenido

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Por qué
- 1.2. Objetivos

2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LA NOTICIA

- 2.1. Su funcionamiento. Cómo reaccionan ante una historia
- 2.2. Los periodistas. Cómo actúan

3. DERECHOS FRENTE A LOS MEDIOS

- 3.1. Recomendaciones generales

4. PREPARACIÓN. CÓMO PREPARARSE PARA HABLAR ANTE LOS MEDIOS

- 4.1. Mensajes. Prensa, radio y televisión
- 4.2. Preguntas y Respuestas
- 4.3. Frases Puente

5. LA ENTREVISTA Y EL DEBATE

- 5.1. Tipos de preguntas
- 5.2. Técnicas de debate. Cómo argumentar



PROGRAMA CREME

El tercer grado es el de la capacidad real de estimulación que ejerce la comunicación : su aspecto racional en unos casos, o su aspecto carismático, emocional, persuasivo, su retórica de la convicción, etc., que desencadenan el deseo (Joan Costa)

2. Curso de Formación de Portavoces

- *descripción*
- *duración*
- *contenido*





PROGRAMA CREME

• descripción

El **Curso de Formación de Portavoces**, segundo de los contenidos en el **Programa CREME**, se dirige a aquellos miembros de la Junta Directiva o de la Gerencia que hayan sido previamente designados como portavoces cualificados.

El objetivo de este segundo curso es perfeccionar las habilidades comunicadoras de los futuros portavoces, enseñándoles a construir y pronunciar correctamente los discursos para mejor informar, convencer, y/o entretener a las audiencias en cualquier foro en que deba representar a su organización.

Los portavoces de los clubes deportivos son cada vez más requeridos en reuniones y encuentros de toda índole. Homenajes, debates, asambleas informativas, conmemoraciones, presencia en foros internacionales para defender los intereses de la sociedad, etc., representan actos típicos en que el presidente u otro alto directivo del club debe estar preparado para informar, convencer, seducir o entretener a una audiencia determinada. Suele tratarse de actos que tienen, además, su reflejo en los medios de comunicación social.

¿Alguna vez se ha preguntado por qué unos discursos **comunican más eficazmente** que otros?

¿Alguna vez ha pensado que el orador de turno se estaba burlando de su audiencia **malgastando el tiempo** de todos para no decir absolutamente nada?

¿Alguna vez se ha sentido **incapaz de hablar en público** o ha tenido la sensación de que la audiencia a la que usted se dirigía se aburría, desconectó o no entendió absolutamente nada de su discurso?

¿Alguna vez los medios de comunicación, después de una de sus intervenciones, han **publicado exactamente lo contrario** de lo que usted quería transmitir?

¿Alguna vez no supo salir **airoso de situaciones embarazosas** ante un auditorio exigente o de especial interés para su organización?

¿Alguna vez, después de intervenir en un foro institucional, ha comprobado que su **mensaje principal se diluía** en otros muchos mensajes secundarios o anecdóticos de su propio discurso?



PROGRAMA CREME

Por las características de los cargos que ocupan en clubes o federaciones deportivas, cuya influencia en la sociedad es innegable, los portavoces deben estar perfectamente preparados para afrontar con éxito el gran número de apariciones públicas a que están obligados.

El **Curso de Formación de Portavoces** ha sido diseñado por **DEPORMEDIO** para satisfacer una cada día más extendida demanda en el entorno de la gestión de organizaciones deportivas.

Adiestra a los portavoces para que pierdan todo tipo de aprensión a hablar en público.

Enseña lo que hay que decir y cuándo hay que callar.

Muestra la mejor manera de construir un discurso para entretener, informar, seducir o convencer a los públicos de interés.

Explica cómo conseguir que el mensaje principal llegue sin ruido a la audiencia.

Ayuda a comprender y dominar la comunicación no verbal.

Profundiza en las intervenciones en radio y televisión.

Suministra recursos para intervenir con éxito en debates públicos.



PROGRAMA CREME

- **duración**

El **Curso de Formación de Portavoces** de **DEPORMEDIO** tiene una duración aconsejada de **16 horas**. Se imparte durante dos jornadas completas consecutivas.

- **contenido**

1. OBJETIVOS DEL CURSO

2. COMPARENCIAS ANTE LOS MEDIOS

- 2.1. Recomendaciones generales
- 2.2. Preparación de la comparecencia
- 2.3. Entrevistas en prensa
- 2.4. Entrevistas en televisión
- 2.5. Entrevistas en radio
- 2.6. Comparecencias masivas. Ruedas de prensa improvisadas y organizadas

3. HABLAR EN PÚBLICO

- 3.1. El Discurso
- 3.2. La Comunicación no verbal

4. APLICACIONES PRÁCTICAS

- 4.1. Ante la Asamblea de socios/accionistas
- 4.2. En campaña electoral
- 4.3. En foros financieros



PROGRAMA CREME

Existe un estereotipo referente a la limitada capacidad lingüística de los deportistas. Se ha perpetuado en chistes famosos y, al parecer, se confirma siempre que un deportista o un entrenador utiliza frases hechas y tópicos tales como los partidos no terminan hasta que terminan (Melvin Helitzer)

3. CURSO PARA DEPORTISTAS

- *descripción*
- *duración*
- *contenido*





PROGRAMA CREME

• descripción

El **Curso para Deportistas** completa el **Programa CREME** y está dirigido exclusivamente a los jugadores y cuerpo técnico de las sociedades deportivas.

El objetivo del curso es ayudarles a conseguir que en sus apariciones (voluntarias o involuntarias) en los distintos medios de comunicación no quede dañada su imagen personal o la de su club.

Analiza las preguntas negativas que los periodistas suelen formular a deportistas y cuerpo técnico de los clubes para poder afrontarlas con garantías.

Muestra cómo evitar caer en contradicciones y eludir las controversias y polémicas a través de los medios de comunicación.

Aconseja la mejor manera de relacionarse con los periodistas sin comprometer su reputación o la del club.

Enseña a realizar rectificaciones y desmentidos.

Prepara para salir airoso ante la prensa de situaciones personales comprometidas.

Descubre trucos y técnicas de manipulación que pueden utilizar en cualquier momento los profesionales de los medios de comunicación.



PROGRAMA CREME

- **duración**

El **Curso para Deportistas** de **DEPORMEDIO** tiene una duración aconsejada de **cinco horas** y se imparte durante media jornada.

- **contenido**

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Por qué
- 1.2. Objetivos

2. SITUACIONES CONFLICTIVAS

- 2.1. Descripción
- 2.2. Cómo actúan los medios de comunicación
- 2.3. Problemas de vestuario
- 2.4. Ejemplos

3. CÓMO RESPONDER A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 3.1. Recomendaciones Generales
- 3.2. Problemas y soluciones
- 3.3. Trucos de la prensa. Técnicas de Manipulación

4. TÉCNICAS PARA MEJORAR LA IMAGEN PERSONAL Y COLECTIVA ANTE LOS MEDIOS



PROGRAMA CREME

CONFIDENCIALIDAD

La confidencialidad forma parte de la filosofía de **DEPORMEDIO**. Nuestros clientes están seguros de que toda la información manejada durante los cursos es estrictamente confidencial y de uso exclusivo de cada cliente.