



Comunicación y relaciones con los medios de comunicación

Descriptor de la función

GLDF | Marco Global de Aprendizaje y Desarrollo

El descriptor de funciones ayudará a la industria antidopaje aclarando las principales características de las funciones antidopaje clave. Puede utilizarse para apoyar el desarrollo de una descripción del puesto de trabajo cuando una Organización Antidopaje (OAD) desee contratar a un profesional de la educación. Las OAD deben adaptar este descriptor de funciones a sus necesidades y realidades específicas.

El descriptor de la función de responsable/director de educación ofrece una visión general de alto nivel de esta función e incluye:

Objetivo principal de la función educativa

Resumen de la función

Principales responsabilidades

Cualidades y atributos

Cualificaciones y experiencia

Organizaciones empresariales típicas

Ejemplo de títulos de trabajo

Oportunidades de progreso y desarrollo profesional para los profesionales que desempeñan esta función



Objetivo principal de la función

La función de comunicación y relaciones con los medios de comunicación contribuye al programa antidopaje de la OAD informando y haciendo partícipes a las partes interesadas para fomentar la confianza en la lucha contra el dopaje, ayudando a proteger la credibilidad del deporte.

La asignación de las funciones cubiertas por este puesto a una persona o a un equipo de personas dentro de la organización antidopaje (OAD), dependerá del tamaño y la capacidad de la organización, así como del contexto nacional y/o internacional.



Resumen de la función

La función de comunicación y relaciones con los medios de comunicación es responsable de la creación y publicación de contenidos que muestren las actividades y operaciones de la OAD, así como de responder y (re) actuar/responder con medidas de comunicación a las situaciones y consultas en evolución.



Principales responsabilidades

Las responsabilidades de la función de comunicación y relaciones con los medios de comunicación suelen consistir en:

Desarrollar planes y estrategias de comunicación y relaciones públicas para informar de los procesos internos y para informar a las partes interesadas externas y a los distintos públicos meta de la OAD.

Investigar, redactar y/o producir, editar y corregir contenidos de comunicación, incluyendo folletos, textos de páginas web, presentaciones, discursos, notas informativas

Responder a las preguntas de los medios de comunicación y prestar apoyo de escritura para una variedad de medios de comunicación, incluyendo antecedentes, notas de intervención, artículos, comunicados de prensa, para su distribución o publicación

Gestión de los canales de comunicación propios y seguimiento de todos los medios de comunicación relevantes

Desarrollar normas, procesos, formatos, herramientas y canales de comunicación para toda la organización

Establecer relaciones beneficiosas y de confianza con los deportistas, las partes interesadas en el deporte y la lucha contra el dopaje, las autoridades públicas y los medios de comunicación

Gestión de la comunicación interna

Mantener el contacto con los medios de comunicación, organizar entrevistas y conferencias de prensa, mantener el contacto con los medios de comunicación, organizar entrevistas y conferencias de prensa



Cualidades y atributos

Los valores más comunes y buscados en la industria del antidopaje, que deben ser comprobados en los candidatos al puesto, son:

Integridad (equidad, justicia, imparcialidad, valor, responsabilidad)

Excelencia (profesionalidad, innovación, calidad, competencia)

Respeto (honestidad, apertura, inclusión, diversidad)

Colaboración (compromiso, trabajo en equipo)

Dedicación (pasión)

El Marco de Competencias Básicas para los Profesionales de la Lucha Contra el Dopaje describe con más detalle estos valores básicos con declaraciones descriptivas y también recopila las competencias que son comunes a las distintas funciones de la industria antidopaje. Se trata de una herramienta útil a la que remitirse si la OAD desea seguir desarrollando la lista de cualidades y atributos que debe demostrar un candidato a cualquier puesto en la lucha contra el dopaje.

La función de comunicación y relaciones con los medios de comunicación implica responder a situaciones y consultas cambiantes, así como tratar con personas, con limitaciones de tiempo y con la reputación de la organización en juego. Por lo tanto, las habilidades interpersonales (a diferencia de las cualificaciones y la experiencia requeridas que se describen a continuación) son de especial importancia para esta función.

A partir de los resultados de una encuesta que se distribuyó entre los profesionales de la comunicación y los medios en el sector antidopaje en 2021, se identificó una lista de competencias necesarias para la profesión. El 75% de los encuestados consideraron esenciales las siguientes competencias. Dichas aptitudes deben evaluarse en los candidatos que soliciten un puesto de comunicación y relaciones con los medios de comunicación:

- Redactar
- Capacidad para tratar con las partes interesadas internas y externas
- Planificar
- Capacidad para trabajar con información confidencial y mantener la confidencialidad
- Capacidad para presentar contenidos y temas

técnicos complejos en un lenguaje/formato sencillo y atractivo

- Capacidad para dirigir adecuadamente las comunicaciones a la audiencia
- Capacidad para dar y recibir retroalimentación
- Colaboración en equipo
- Establecimiento de objetivos
- Gestión del tiempo/ priorización
- Voluntad y capacidad de aprendizaje
- Pensamiento crítico
- Pensamiento creativo
- Pensamiento analítico y lógico
- Atención al detalle
- Ser capaz de utilizar hojas de cálculo de procesamiento de textos, medios sociales, visualización de datos y comunicación por correo electrónico
- Capacidad para trabajar de acuerdo con el código, las normas y la ética
- Escuchar
- Pensamiento estratégico
- Inteligencia emocional
- Capacidad multitarea
- Hablar
- Capacidad de adaptar el estilo de escritura a la plataforma

Cualificaciones y experiencia

Las funciones que debe cubrir el puesto de comunicación y relaciones con los medios de comunicación son, en cierta medida, diferentes según se trate de comunicación o de relaciones con los medios de comunicación, por lo que pueden requerir distintos tipos de cualificaciones y experiencia previa. Los candidatos al puesto podrán mostrar una formación académica y/o profesional más adecuada a uno u otro aspecto. Algunas OAD pueden tener la capacidad de contratar diferentes perfiles para dar cabida a la versatilidad y la amplitud de experiencia requeridas para esta función, pero otras pueden tener sólo un puesto disponible, en cuyo caso la organización puede tener que estudiar la posibilidad de subcontratar parte de las funciones a proveedores de servicios externos (como agencias de comunicación) o invertir en el desarrollo profesional del personal interno para que adquiera las habilidades y competencias necesarias. La experiencia en la evaluación de los medios de comunicación sería útil para esta función.

En cuanto a las cualificaciones, es necesario ser licenciado en periodismo, comunicaciones, relaciones

públicas, comunicación y medios de comunicación, ciencias de la comunicación, gestión deportiva, mercadeo o una cualificación equivalente.

En cuanto a la experiencia profesional previa, los candidatos al puesto deben poder demostrar:

- Para los candidatos con un perfil más bien de relaciones con los medios de comunicación: experiencia en periodismo escrito o audiovisual, o en relaciones públicas/enlace con los medios de comunicación, preferiblemente en un ámbito relacionado con el deporte
- Para los candidatos con un perfil más comunicativo: experiencia en comunicación y/o marketing, con una capacidad demostrada para desarrollar una estrategia de comunicación y producir contenidos, así como una familiaridad con las plataformas de medios sociales y otros canales relevantes

Aunque no son indispensables, los conocimientos y/o la experiencia previa en las siguientes áreas son activos importantes para un puesto de comunicación

y relaciones con los medios en la lucha contra el dopaje:

- Conocimiento práctico de las estructuras de los sistemas deportivos y antidopaje a nivel nacional, regional e internacional

- Conocimiento de los aspectos técnicos y de gobernanza pertinentes de la lucha contra el dopaje a nivel nacional e internacional
- Conocimiento del Código y de las normas internacionales



Ejemplos de títulos de trabajo

Responsable/gerente de medios de comunicación

Responsable/especialista/gerente de relaciones con los medios de comunicación

Responsable/gerente de comunicación

Responsable/gerente de comunicación digital

Especialista en participación

Encargado/Gerente de contenidos



Organizaciones empresariales típicas

Organización Nacional Antidopaje (ONAD)

Organización Regional Antidopaje (ORAD)

Federación Deportiva Internacional (FI)

Organizaciones de Grandes Eventos (MEO)

Agencia Mundial Antidopaje (AMA)



Progresión de la carrera y desarrollo profesional

Las oportunidades de progresión profesional de los profesionales de la comunicación y las relaciones con los medios de comunicación en el sector antidopaje no son necesariamente lineales. Sin embargo, la naturaleza de sus actividades diarias dentro de las OAD les permite desarrollar aptitudes críticas (como la gestión de crisis, la gestión del tiempo, el pensamiento estratégico, la capacidad de trabajar bajo presión y de responder a contextos que cambian con rapidez) y conocimientos transversales sobre los programas antidopaje y sus diferentes componentes, que los posicionan para una progresión orgánica hacia funciones de toma de decisiones.

Para fomentar su capital de aprendizaje permanente, los profesionales de la comunicación y las relaciones con los medios de comunicación pueden invertir en un mayor desarrollo profesional que puede incluir certificaciones profesionales en aplicaciones informáticas, gestión de proyectos, producción de vídeo/nuevos medios de comunicación, mercadeo, educación (por ejemplo, impartir formación sobre medios de comunicación), gestión de la comunicación en situaciones de crisis, planificación de medios de comunicación/mercadeo digital, formación en liderazgo, comunicación corporativa, asuntos públicos, comunicación sostenible, diseño de presentaciones y habilidades de presentación. La pertenencia a diversos grupos de comunicación y a conferencias/congresos sobre las tendencias de la profesión también podría favorecer el desarrollo.

Colaboradores

La AMA, a la vez que lidera el trabajo de elaboración de los descriptores de funciones, trabaja en colaboración con las partes interesadas y los equipos técnicos de la AMA. El trabajo de desarrollo de las comunicaciones y los medios de comunicación fue realizado por un Grupo de Trabajo Técnico compuesto por profesionales de las comunicaciones y los medios de comunicación:

- Aditya Kumar - AIU
- Andy Colquhoun - Unión Sudafricana de Rugby
- Elvis Gitau - ADAK

- Eva Bunthoff - NADA Alemania
- James Fitzgerald - AMA
- Marta Nawrocka - ITA
- Megan Cumming - CCES
- Vanessa Reid-Ledford - JADCO

Este grupo estaba presidido por profesionales de la educación de la industria antidopaje:

- Catherine Coley - AFLD

Gestión de la calidad

Versión: 1.0

Aunque la AMA actualizará este documento con regularidad para asegurarse de que se mantiene al día, la versión 1.0 se publica específicamente como parte de un proyecto piloto y se revisará al término del mismo

Aprobado por: Comité de Educación de la AMA

Fecha de aprobación: noviembre de 2021

Fecha de publicación: diciembre de 2021

Panorama del GLDF

Una de las seis prioridades de la AMA en el marco del Plan Estratégico 2020-2024 de la Agencia Mundial Antidopaje es “aumentar el impacto”. Como una de las iniciativas clave en el marco de esta prioridad, la Agencia se ha comprometido a “desarrollar programas de formación y normas de cualificación para los profesionales de la lucha contra el dopaje con el fin de mejorar el profesionalismo y aumentar las capacidades de la fuerza de trabajo contra el dopaje”

En consecuencia, en abril de 2020, el Departamento de Educación de la AMA comenzó a desarrollar un Marco Global de Aprendizaje y Desarrollo (GLDF), a través del cual se está desarrollando una formación específica y estandarizada para una serie de funciones antidopaje y se pone a disposición de las Organizaciones Antidopaje (OAD) y otras partes interesadas en todo el mundo dentro del ecosistema antidopaje. El GLDF establece descriptores de funciones, normas profesionales y actividades globales de aprendizaje y desarrollo para las funciones de los profesionales del sector antidopaje.

Las normas profesionales han sido utilizadas por la AMA para desarrollar programas de formación basados en la competencia. Pueden leerse junto a:

- (1) el descriptor de la función correspondiente, un documento sencillo que aclara las principales características de las funciones clave en materia de lucha contra el dopaje y que puede utilizarse como base para elaborar una descripción del puesto de trabajo cuando las OAD deseen contratar un puesto para una función determinada.
- (2) el marco de competencias básicas en materia de lucha contra el dopaje, que detalla los valores y las competencias comunes a las distintas funciones del sector de la lucha contra el dopaje.

Los Estándares Profesionales (ocupacionales) son los puntos de referencia de las buenas prácticas y describen el nivel de competencia esperado para una función determinada. No deben confundirse con las Normas Internacionales, que son un conjunto de documentos que, junto con el Código Mundial Antidopaje, tratan de armonizar las políticas, normas y reglamentos antidopaje entre las Organizaciones Antidopaje (OAD) para partes técnicas y operativas específicas de los programas antidopaje.