

Introducción

En la constante evolución de esta competencia, el **Torneo Federal de Básquetbol** persigue la meta de optimizar cada temporada su comunicación, para actualizarse en sus formatos y bregar por la máxima calidad.

A partir del carácter basal del certamen, aquel relacionado con el radio de acción en todo el territorio del país, la labor de los encargados de prensa de cada club se constituye en un factor decisivo.

El esfuerzo inconmensurable que impregnan en cada institución debe valorarse, así como surge en escena el deseo de superación, para aspirar a una comunicación cada día más fluida, clara, concisa y veloz.

La inmediatez de la modernidad, que se mueve al ritmo de las redes sociales y la web, ha modificado el paradigma. De esta manera, la rapidez para la producción de contenidos, tanto gráficos como audiovisuales, adquiere una vital importancia.

Esta **guía de prensa** pretende aportar herramientas para colaborar con los responsables de comunicación, así fortalecer el vínculo y retroalimentarse, para en definitiva contribuir a la competencia, la que componen todos los clubes.

En esa sintonía se desarrolló el cambio de imagen del sitio web oficial del torneo, para generar un canal más ágil y acorde a los cánones de la actualidad. Este paso nos compromete a todos a imprimir un valor agregado en nuestras tareas cotidianas.

La inmediatez de la actualidad nos obliga a una mayor celeridad en la producción de los contenidos.

• Concepto

El rol del jefe de prensa engloba a la persona comprometida en efectuar la comunicación de la institución participante del Torneo Federal de Básquetbol.

Dentro de diversas particularidades, se destaca la responsabilidad de difundir periódicamente la actualidad del equipo, es decir, divulgar información procesada. A partir de esta cualidad, se subraya la ventaja que el jefe de prensa disponga de una formación en periodismo, lo que simplificará el conocimiento para la producción de contenidos.

Un camino interesante para comprender este rol se encuentra en el entendimiento que el jefe de prensa es el nexo del acontecimiento (el club) con los medios de comunicación. Esto implica desprenderse de la tendencia a la competitividad, ya que sería más correcto pensarse como un actor despojado que se brinda para aportar desinteresadamente sus producciones.

El jefe de prensa debe intentar perseguir la predisposición entera a ayudar a los actores de la comunicación, ya sea en la coordinación de una entrevista con un protagonista, así como en la generación de comentarios o la distribución de datos o la entrega de fotografías o la facilitación de un teléfono de un entrenador.

El jefe de prensa es obligatorio, ya que está estipulado en el reglamento del torneo.

Los envíos de un jefe de prensa se erigen en una fuente para los medios, por lo cual es menester comprender que dichos comunicados pueden ser utilizados en su totalidad, parcialmente o verse afectados a la edición. Claro que siempre contarán con el reconocimiento del origen de dicha información, así como el agradecimiento por su trabajo.

Ante la lógica dificultad de los medios de cubrir todos los equipos, que se diseminan por todo el país, el jefe de prensa se erige en un eslabón fundamental. Posiblemente si él no identifica un hecho noticioso del plantel, o institución, no trascenderá, por lo cual hay que estar atentos a cualquier situación.

Un punto de extrema importancia se halla en el carácter de obligatoriedad de la función del jefe de prensa, dado que el reglamento del Torneo Federal de Básquetbol así lo dispone. Por ende, cada institución tiene la obligación de designar a un encargado y ofrecerle todas las herramientas para el desenvolvimiento de su tarea.

En la continuidad de esta guía se profundizará en los diferentes formatos y tareas concernientes a esta maravillosa función. Por eso entregaremos ejemplos de comentarios, previas y entrevistas.

El jefe de prensa no se limita solamente a la redacción de crónicas, sino que a muchas otras actividades, siempre bajo la concepción de aportar todo lo necesario para el desenvolvimiento de los medios de comunicación.

Productos

- Comentarios:

Dentro de la variada gama de aportes del jefe de prensa, la crónica del partido, que se disputa en el estadio de su club, se constituye en un elemento primordial.

Probablemente la redacción de su comentario se convierta en el único registro de ese cotejo, teniendo en cuenta la factible ausencia de medios gráficos en esa ciudad o la dificultad que puede representar el horario delicado para la cobertura de periodistas.

Asimismo, para el Torneo Federal significa la fuente primordial y directa para informar sobre las vicisitudes del encuentro. Siempre se tomará al texto del encargado de comunicación para la publicación en la web oficial de la competencia.

Una de las necesidades esenciales es el compromiso del jefe de prensa para agotar todas las instancias para el envío de la crónica lo más rápido posible. La celeridad generará una mayor capacidad de publicación en otros medios, no sólo en el sitio del torneo.

Es menester comprender que sin ese esfuerzo de redactar el comentario se abrirá la puerta a la posibilidad de no contar con la información de ese partido. En definitiva se perjudicaría al amante de este deporte ávido por empaparse de lo acontecido.

La rapidez para el envío del comentario se erige en fundamental para abastecer a los medios. Por eso es decisivo el compromiso del jefe de prensa para realizarlo lo antes posible.

Con el objetivo de aportar herramientas, y sin el ánimo de signarlo como un modelo a copiar, le adjuntamos un ejemplo de un comentario. En este texto se encontrarán algunos tips importantes para evacuar dudas.

La bajada debe erigirse en un breve resumen de lo acontecido, con el resultado, los equipos y la fecha o instancia.

Asimismo suele ser interesante resaltar las figuras individuales. Es fundamental evitar repetir en el título y la bajada los nombres de los clubes, para eso utilizar sinónimos que pueden ser los apodosos o el gentilicio.

Fundamental utilizar para los resultados el guión, el resultado proviene del tablero, es decir, Tucumán 86-Ferro 76, por eso se resuelve 86-76, todos los medios gráficos del mundo lo utilizan de esta manera, no es recomendable poner 86 a 76.

En la descripción de los cuartos es recomendable apoyarse en conceptos y no en la progresión del resultado ni jugada a jugada. Así como identificar las individualidades que gravitaron en el segmento y sustentarlo con estadísticas (9) (2/3 en triples).

También es una herramienta remarcar parciales "el local estampó un pasaje 10-0".

Intentar apelar a la imparcialidad para valorar también los fundamentos del visitante y no basar solamente el comentario en el andar del local.

Si bien es cierto que del cero al diez se escribe en letras, al tratarse de un deporte en el que el reloj es un factor decisivo se suele utilizar en números, para por ejemplo aclarar "2:20 minutos". Intentar redondear.

TÍTULO:

Tucumán BB se impuso en rodeo ajeno

BAJADA:

El elenco tucumano consiguió una vital victoria 86-76 frente a Ferrocarril de Concordia, como visitante, en la apertura de la serie de Cuartos de Final de la Conferencia Norte. Pablo Osoreo se erigió en el máximo anotador de la noche con 36 puntos, mientras que en el anfitrión se destacó Manuel Olocco con 22 unidades.

TEXTO:

En el marco de un encuentro vibrante, y parejo, **Tucumán BB** asestó el golpe en tierras visitantes al derrotar 86-76 a **Ferrocarril de Concordia**, el domingo a la noche. El conjunto de José García logró adelantarse en la serie de **Cuartos de Final** de la Conferencia Norte y recuperó la desventaja de localía.

En el plano individual, el ganador contó con la soberbia actuación del escolta **Pablo Osoreo**, quien convirtió 36 puntos (10/18 en tiros de campo) y 8 rebotes, bien secundado por el base **Cristian Soria** con 17 unidades (4/7 en triples) y 7 asistencias. Por el rincón del local se destacó la labor de **Manuel Olocco** con 22 tantos (8/14 en dobles).

La historia comenzó favorable para el dueño de casa, quien ejecutó con fluidez sus ofensivas y lastimó con la potencia de su juego interior para escaparse 16-6, a los 5 minutos. El conjunto tucumano ajustó su defensa, con la apuesta a una zona 3-2, lo que le trajo réditos para emparejar el trámite e igualar el tablero en 18, a falta de 2 minutos. Ferro cerró mejor con el desequilibrio de Olocco (8) y se quedó con el cuarto 24-20.

En el segundo segmento se mantuvo la dinámica, con el anfitrión productivo en la llave y la visita lanzado en contragolpe. Tucumán BB disfrutó de la conducción atildada de Soria (3 asistencias), quien abasteció a Osoreo (8), para clavar un pasaje positivo y tomar la delantera del electrónico 34-28, con 4 minutos en el reloj. El anfitrión apresuró sus decisiones en ofensiva, lo que obligó a Maximiliano Rubio a solicitar un tiempo muerto. Los tucumanos profundizaron su dominio y se retiraron al entretiempo en ganancia 46-38, merced a una mejor selección de lanzamientos (52% de cancha en el primer tiempo).

Tras las charlas en vestuarios, Ferro saltó renovado al parquet con una mayor intensidad defensiva, lo que le permitió aprovechar los ataques rápidos y así estampó un parcial 10-0 para revertir el tanteador 48-46, a los 3 minutos. El visitante se atrapó en sus construcciones y solo halló respuestas en los recursos de Osoreo (9). El local continuó con un funcionamiento aceitado y calibró la puntería de tercera dimensión (4/7) de la mano de un encendido Boni (9). Los entrerrianos redondearon su mejor momento de la noche para clausurar el cuarto arriba 64-60.

El último capítulo ratificó la tesitura de un trámite cambiante y de rachas. Tucumán BB recuperó la paciencia en el estacionado, principalmente por la lectura de su base Soria, y arrancó con un pasaje 12-4 para pasar al frente 72-68, a los 4 minutos. El nerviosismo se apoderó del anfitrión, que sufrió desacoples en su campo y se empastó en ofensiva. El visitante contó con un insaciable Osoreo (12) y un buen ingreso de Valdez (8) para escaparse 80-73, a falta de 2 minutos. Ferro intentó modificar la tónica con una presión a campo extendido, pero el oponente esquivó el asedio con inteligencia para mover el balón. Con la efectividad en los libres, el elenco tucumano decretó la victoria 86-76, con un excelente periodo final (26-12), y festejó en rodeo ajeno.

Síntesis:

Ferrocarril 76: Strack 10, Boni 23, Giuliodori 6, Olocco 21, Nuñez 7 (FI); Claris 3, Blanc 5, Cabrera 11. DT: Maximiliano Rubio.

Tucumán BB 86: Soria 17, P.Osoreo 36, S.Osoreo 7, F.Ortiz 7, G.Ahumada 6 (FI); Huber 3, Mierez 2, Hermosilla 3, Valdez 4. DT: José García.

Parciales: 24/20, 46/38 y 64/60.

Árbitros: Martín Flores y Matías Montoya.

Estadio: Juan de Dios Obregón.

- Anuncios:

En la búsqueda de abastecer a la comunicación de la competencia, es sumamente importante generar contenido para anunciar los diferentes partidos.

Nuevamente el jefe de prensa se erige en un actor decisivo, ya que con su cercanía al plantel y cuerpo técnico dispone de las herramientas para difundir la información de primera mano.

Es importante comprender la necesidad de enviar el texto con un día de antelación al cotejo, porque esto permitirá que los medios dispongan de la fuente con el tiempo suficiente para realizar la previa.

El jefe de prensa debe bregar para construir un texto con nutrida información, que no se circunscriba a un mero recordatorio de la disputa de un partido.

Existen diversas aristas que permiten redactar un artículo completo y dentro de esas posibilidades se destaca las declaraciones de un protagonista del equipo, que pueda palpar el encuentro.

Uno de los errores principales se halla en la utilización del estilo indirecto para el empleo de la palabra del jugador. Todo lo que opine el personaje debe estar entre comillas y ser precedido por dos puntos, ya que el que habla es el protagonista. Sin los dos puntos se cae en la equivocación de dar por sentado que el autor del texto está opinando eso, salvo que lo que se escriba entre comillas no disponga de verbos en primera persona.

Nadie como el jefe de prensa para palpar un partido y el estado del plantel. Asimismo, es muy importante enviar el texto con un día de antelación al encuentro.

Para evitar esta posibilidad es conveniente acudir a los dos puntos y siempre que estén precedidos por un verbo de “manifestar”. Por ejemplo: El ala pivote sostuvo: “Vamos a intentar desplegar nuestro estilo para ganar”.

No importa que se enfrenten los dos últimos: si el texto tiene datos, va a ser interesante para el lector. Lo más valioso de estas noticias es, justamente, la información que brinda.

Con el objetivo de aportar herramientas, y sin el ánimo de signarlo como un modelo a copiar, le adjuntamos un ejemplo de un anuncio. En este texto se encontrarán algunos tips importantes para evacuar dudas.

El jefe de prensa dispone de primera mano de toda la actualidad del equipo. Por eso es importante que redacte un anuncio previo a cada partido. Atento a los tiempos de publicación, este texto debe enviarse con un día de antelación al partido, para permitirle a los medios utilizarlo como fuente, sobre todo en casos como los medios gráficos que disponen de otros tiempos para la impresión.

Este texto debe aportar datos, no meramente recordar que se jugará un partido. Existen varias aristas a tener en cuenta para nutrir de información. Hay que tener en cuenta el parte médico, las rachas, estado anímico del equipo, recordar los antecedentes entre los dos rivales, repasar los últimos resultados y posiciones.

Con el objetivo de brindar un diferencial es muy importante utilizar las declaraciones de protagonistas del equipo, quienes entregan una visión interesante del partido.

TÍTULO:

Huracán listo para los playoffs

BAJADA:

El elenco de San Justo iniciará mañana la serie de Cuartos de Final de la Conferencia Sur frente a Villa Mitre de Bahía Blanca. El conjunto de Mauro Salzman arriba a este compromiso con todos sus jugadores a disposición. El análisis de Gabriel Fernández.

TEXTO:

Llega el momento esperado, el plato fuerte de la temporada, ya que se levanta el telón de los playoffs para **Huracán de San Justo**. Tras desarrollar una Fase Regular muy positiva, y culminar en el tercer puesto (19-11) de la competitiva División Metropolitana, el Globo arrancará, en su casa, la llave de **Cuartos de Final** contra **Villa Mitre de Bahía Blanca**, en la noche del viernes.

La tripulación de Mauro Salzman dispondrá de la ventaja de localía en esta serie al mejor de cinco juegos, que otorgará como premio el acceso a las Semifinales de la Conferencia Sur.

Una vez culminado su recorrido por la etapa regular, el equipo del Oeste ingresó en la espera de su oponente, que se dirimió en la Reclasificación, en la que los bahienses resultaron ganadores con un global 3-0 ante Unión Vecinal de La Plata.

Ese período le permitió al entrenador recuperar algunos soldados, que presentaban dolencias como el caso de **Ezequiel Manzanares**, quien se rehabilitó de un esguince moderado de su tobillo izquierdo. Con el alta del escolta, el Globo dispondrá de todo su plantel para el juego de mañana.

Huracán saltará al parquet del estadio Juan Carlos Mancuso con la confianza en alza, dado que arrastra una seguidilla de siete victorias al hilo en condición de anfitrión. Así como significará el primer cruce con Villa Mitre en la temporada, quien finalizó en la cuarta ubicación en la Sur-Bonaerense, con un récord de 17-13.

En la búsqueda de una palabra autorizada, el Departamento de Prensa de Huracán entabló diálogo con **Gabriel Fernández**. El pivote palpó el compromiso y sostuvo: *"Será un partido complicado, ya que Villa Mitre cuenta con jugadores de jerarquía en la categoría. Tendremos que desarrollar el plan al máximo y mantener la concentración para quedarnos con el primer punto"*.

El campeón olímpico aportó su punto de vista sobre el receso y la posible falta de ritmo. *"No creo que sea ni una ventaja ni un perjuicio haber estado dos semanas sin competencia. Debemos focalizarnos en realizar nuestro juego"*, exteriorizó.

Atento a la envergadura de la instancia, y la importancia del apoyo, la dirigencia lanzó una promoción para las entradas, de esta manera los socios abonarán el valor de un ticket y les permitirá ingresar al segundo punto de la llave.

- Entrevistas:

Otra de las producciones que aportan un valor agregado son las entrevistas a los protagonistas. Con estos textos se logra nutrir a los medios y se genera un vehículo para mantener actualizada a la competencia, sobre todo en los días de la semana en los que no se disputan partidos.

Uno de los focos interesantes se halla en los reportajes pos cotejo, lo que posibilita brindar un análisis del juego. En este caso se requiere de cierta inmediatez, es decir, este artículo debe enviarse como máximo al otro día del encuentro, porque luego ya pierde actualidad.

Por otro lado, se puede construir una entrevista en la semana, la que surcará otro tipo de temáticas, más relacionadas con el presente del equipo y no tanto con las vicisitudes del juego reciente.

Las declaraciones se erigen en un servicio atractivo para los medios, porque el pensamiento de un protagonista, si es interesante, despierta el afán de ser publicado.

Las entrevistas permiten generar constantemente contenidos para abastecer a los medios durante la semana.

Siempre es más seductor lo que opina un personaje, que un texto informativo. Claro que entendiendo que los jefes de prensa son intermediarios y sus producciones se constituyen en fuente.

Además de aquellos reportajes que navegan por la actualidad del plantel, hay muchas otras historias ocultas, que muchos desconocen, y merecen ser contadas.

Primordialmente en una competencia en la que los jugadores también desarrollan un esfuerzo en otras tareas.

En esa sintonía, existen muchos casos de profesionales con mucha trayectoria que han vivido momentos de envergadura en otras ligas, tanto en el país como el exterior.

Dentro del formato, resulta beneficioso para aquellos jefes de prensa que no disponen de una formación sólida en periodismo apelar a las preguntas y respuestas. De esta manera se les simplificará la redacción.

TÍTULO:

"Tiré incómodo pero por suerte entró"

BAJADA:

El héroe de la noche Martín Trímboli explicó el triple que le permitió pasar al frente a Temperley, a falta de 28 segundos. El ala pivote aseguró que la unión de grupo fue la clave para el triunfo y el ascenso al TNA.

TEXTO:

Seguramente no se trató de la mecánica más pulida, ni estética, pero esa bomba quedará guardada en el corazón de miles de almas celestes, porque significó nada más y nada menos que el hito mayor de la institución. Martín Trímboli se calzó el traje de superhéroe para clavar un triplazo decisivo, cuando le restaban apenas 28 segundos al reloj.

Embebido en el éxtasis de la gloria, el marplatense detalló las particularidades de ese tiro: "La idea era jugar al pick and pop que lo hago bien, la verdad que tiré incómodo, raro, pero por suerte entró. Sinceramente no lo pensé, no venía bien con el aro, no sé si llamarlo destino, ganas, fortuna, no sé qué fue, pero estoy muy contento, esto es una fiesta".

Ante la consulta de la llave para destrabar el pleito, el ala pivote consideró: "La defensa, nos hicieron solo 20 puntos en el segundo tiempo, esa es nuestra característica. Es un gran equipo Central, hay que felicitarlos".

El Gasolero accedió por primera vez en su historia al TNA y Trímboli contó los argumentos del plantel. "Lo mejor que tenemos es el compañerismo, somos todos amigos, estuvimos abajo todo el partido y no hubo ni un gesto. Se lo dedico al grupo que la rompe", puntualizó.

Trímboli develó el pensamiento del elenco de Costa, ya que confesó: "El año pasado nos quedamos en semis en quinto partido contra Platense, nos quedamos con una espina. Arrancamos antes la pretemporada, muchos de los chicos trabajan y se sacrifican con entrenamientos diarios de tres horas".

Para culminar el interno aclaró que el domingo pelearán por la corona: "Ahora festejaremos un poco, hasta temprano, porque queremos salir campeones".

- Fotografías:

Evidentemente el jefe de prensa no es fotógrafo, no estudió para eso, y probablemente no disponga de un equipo profesional. Asimismo, no corre con la obligación de conocer al detalle cuál foto sirve y cuál no.

Con el objetivo de facilitar la publicación del comunicado, es importante adjuntar una foto, que en caso de un comentario sea de jugadas del partido, así como si se trata de una entrevista venga con una imagen del protagonista.

Aclarado el punto que no es obligatorio en esta función, también es cierto comprender que es mucho más factible que se suba una gacetilla que disponga de una imagen al respecto,

Se debe agotar todas las instancias para que las imágenes dispongan de una calidad media, respetable, que supere los 700k y preferentemente que ronde por el peso de un mega. Así como es imprescindible que la fotografía no se encuentre fuera de foco, o movida, y que retrate una acción de juego.

El jefe de prensa no es fotógrafo, pero debe intentar conseguir imágenes para nutrir sus gacetillas. Un texto con imágenes dispone de muchas más posibilidades de ser publicado.

- Atención a la prensa:

Ya hemos desarrollado las diferentes vetas de la función en lo relacionado con la producción de contenidos, de suma importancia para la comunicación de los clubes. Pero el jefe de prensa también engloba otras tareas de igual relevancia.

En primer lugar es el responsable de recibir a los actores de los medios de comunicación en el estadio, es decir, la persona que se instituye como la cara visible de la institución ante el periodismo.

A partir de este principio, el jefe de prensa debe pensar en ofrecer todas las comodidades para el desarrollo de las tareas de cobertura, para lo cual hay que organizar espacios para los diferentes medios: radiales, gráficos y televisivos.

Acreditaciones

Como encargado de recibir al periodismo tiene que llevar a cabo el proceso de acreditación, generar las credenciales para los medios que cubrirán toda la temporada del equipo y los pases por partido para aquellos que se presenten eventualmente.

Como estipula el reglamento, los clubes son los designados a confeccionar las acreditaciones para su estadio, ya que no existe una credencial única de la competencia, salvo en casos especiales como las instancias decisivas.

Justamente el reglamento, en su artículo 31, reza:

“Las credenciales de acceso para la prensa serán extendidas por cada uno de los clubes participantes excepto en la fase final donde se realizará una acreditación especial para los medios que realicen la cobertura de la misma. El responsable de cada club será el encargado de recibir y procesar los formularios de pedido de acreditación de los medios de prensa, como así también de extender la credencial para sus partidos de local en cada temporada. Del mismo modo, el responsable de prensa designará los lugares que ocuparán dichos medios de prensa en el estadio. El formulario de pedido de acreditación requerirá la información del solicitante que el club crea conveniente”.

En esta sintonía es conveniente difundir una gacetilla con los requisitos para la acreditación, donde se puede especificar los datos que el club considera necesarios para otorgar la credencial. En esa comunicación se recomienda designar un período límite para la recepción del pedido, que puede ser 24 horas antes al desarrollo de un partido.

- Prestaciones en el estadio:

La persona que representa a una institución en el rubro de la comunicación tiene una función concreta:

Facilitar la difusión y el trabajo de los colegas

Desde este enfoque, resulta primordial que, en los partidos, el jefe de prensa esté atento a que, por ejemplo, las radios puedan transmitir y los gráficos, escribir. Una obviedad que muchos, incluso en categorías superiores a esta, olvidan considerar.

GUÍA DE PRENSA

El reglamento invita a la creación de una sala de prensa para trabajar con mayor tranquilidad y de un palco de prensa en el que se respete la neutralidad.

Dentro de estas prestaciones, el jefe de prensa tiene que agotar todos los recursos para que en el estadio funcione una red inalámbrica de internet, que le permita a los medios poder transmitir sus producciones. Es conveniente que la contraseña de este wifi sea exclusiva para el periodismo, por lo que se recomienda la modificación periódica de la clave.

Otro servicio a tener en cuenta yace en la disponibilidad de líneas telefónicas entrantes, para que las transmisiones radiales que lo precisen puedan aprovecharlas. Esta utilidad cuenta con una resolución sencilla, ya que solamente es necesario procesar el pedido a la empresa telefónica de la ciudad y no posee costo económico.

Primordial entender que, a pesar de las particularidades del estadio, hay que procurar por diferenciar un sector para el trabajo de la prensa. En este espacio es menester brindar por la neutralidad y ausencia de espectadores para cuidar la seguridad de los periodistas.

En relación con estas particularidades, el reglamento, en el artículo 27, determina:

- “La tribuna de prensa deberá estar separada de la del resto de espectadores, con buena visibilidad y con espacio suficiente para trabajar”.
- “Deberá contar con pupitres y un mínimo de 4 (cuatro) tomas eléctricas para enchufar las computadoras portátiles”.
- “También el estadio deberá tener un router para generar conexión inalámbrica a Internet (Wi-Fi) que cubra toda la superficie del estadio”.
- “Además, deberán disponer de otra sala, que permita la celebración de ruedas de prensa (Sala de Conferencias)”.
- “Los clubes están obligados a colocar 3 (tres) líneas telefónicas entrantes para transmisiones radiales”.
- “Las líneas telefónicas entrantes para transmisiones radiales se deberán aumentar en función de la trascendencia del encuentro y del evento a realizarse (playoff, Partido Inaugural) de la competencia”.

GUÍA DE PRENSA

- Gacetilla o guía del partido:

Sin intentar alcanzar la perfección, un servicio infaltable del jefe de prensa es entregar a los periodistas, que concurran al estadio, un breve informe del partido que presenciarán. Con este gesto se logra una gran impresión en los medios, así como se colabora intensamente para una mejor labor de cobertura.

En caso de ofrecerle una variada gama de información impresa se logrará un análisis más completo, así como una transmisión en vivo mucho más acabada. Además que la sola mención de este trabajo repercutirá en la creación de una imagen positiva del club.

No es necesario disponer de conocimientos en diseño gráfico, la utilización del Word y el Excel permite una resolución perfecta.

Los datos son los básicos y planteles de ambos clubes (con número de camiseta, posición de cada jugador, altura, edad, fecha y lugar de nacimiento, clubes anteriores y títulos) y posición actual en el certamen. Toda esta información se encuentra en el sitio oficial www.torneofederal.com.ar. Además esta tarea motiva al feedback con los colegas de los clubes visitantes, ya que abre la posibilidad de solicitarles el roster de ese plantel.

TEMPERLEY										
#	Jugador	Puesto	Altura	Ficha	Edad	Fecha de nacimiento	Lugar de nacimiento	Club en la pasada temporada	Clubes anteriores	Ascensos
4	Iván Antoniuk	Ala pivote	1,96	U23	23	5-3-92	Lanús	Temperley	Lanús, Alma Juniors (SF), Echagüe (ER)	
6	Leopoldo Ibáñez Paz	Alero	1,85	Mayor	27	4-4-89	CABA	Temperley	Pedro Echagüe, Sport Club (SF), La Unión (ER)	La Unión de Colón (ER) ascenso a TNA 2011/12
7	Sebastián Chaine	Pivote	2,01	Mayor	29	26-12-86	L. de Zamora	San Lorenzo	Lanús, Boca, San Lorenzo, Ciclista (J), Oberá (M), Indepte. (N)	Indepdte (N) a LNB 06/07, Lanús A LNB 07/08,
8	Aguirre Julián	Escolta	1,87	U23	23	25-4-92	Glew	D. de Banfield	Lanús	
9	Nicolás Rolandi	Base	1,86	Mayor	26	14-9-90	Lanús	Temperley	Lanús, Racing club	
10	Alejandro Eguren	Base	1,84	Mayor	30	2-3-86	L. de Zamora	Temperley	Pedro Echagüe, Adelante Reconquista, Firmat, Racing	
12	Martín Trimboli	Ala pivote	1,98	Mayor	30	28-10-85	Mar del Plata	Temperley	Quilmes (MdP), Echagüe (ER), Del Progreso (RN), Ferro, Echagüe (ER)	
13	Gabriel Menza	Escolta	1,83	Mayor	33	1-5-83	CABA	Libre	Gimnasia LP, Del Bono (SJ), Anzorena (Mza)	
14	Joaquín Pre	Escolta	1,88	Menor	20	7-5-96	Adrogué	Temperley	Boca	
15	Matías De Fina	Pivote	2,02	U21	21	10-1-95	Lanús	Lanús	Lanús, GEBA	
16	Machado Gastón	Pivote	2,02	Menor	18	25-8-97	Córdoba	Temperley		

CUERPO TECNICO			
Función	Nombre y apellido	Edad	lugar de
Técnico	Leonardo Costa	37	Banfield
Asistente técnico	Juan Veira	28	Montevideo
Preparador físico	Mauro Núñez	34	Banfield
Kinesiólogo	Gonzalo Campelo	30	CABA
Utilero	Silvio Leonardi	52	Temperley

Claro que también se puede ofertar una gacetilla mucho más completa. El club que mejor resuelve este apartado en la Argentina es Obras Basket. Ver ejemplo en <https://issuu.com/obrasbasket/docs/>

- **Redes sociales:**

En la actualidad la inmediatez de las redes sociales como Twitter, Facebook e Instagram han virado el paradigma de la comunicación. Una gran porción de la sociedad cuenta con un dispositivo celular inteligente y suele recurrir a estas vías para informarse al instante.

Además del obvio beneficio que le otorgará a la institución generar contenidos en las redes sociales, al jefe de prensa se le abre un medio, una plataforma para colgar sus producciones.

Por eso es conveniente construir las cuentas oficiales de los clubes y emplear todos los recursos posibles para otorgarle creatividad, aunque lo valioso es postear con periodicidad información del plantel.

Una de las vetas más atractivas se halla en el seguimiento de los partidos del equipo, sin la necesidad de describir jugada a jugada, sino que con tres o cuatro momentos por cuarto ya se satisface el servicio.

Otra de las fortalezas de las redes sociales son las piezas gráficas, o flyer, que pueden actuar como una promoción de los cotejos, con data como horario, precios, rival o instancia.

La entrega de una guía en cada partido generará un diferencial y permitirá valorar la tarea del jefe de prensa. Además posibilitará la mención en los medios de este trabajo, lo que aporta a la imagen del club.



YA PODÉS COMPRAR TU ABONO PARA LA LIGA SUDAMERICANA

MARTES 20 SEPT.	MIÉRCOLES 21 SEPT.	JUEVES 22 SEPT.
 1875		
Socios Fundadores	Socios Fundadores	Socios Fundadores

- Carácter servicial:

Como se ha escrito y repetido en varios pasajes de este manual, el jefe de prensa tiene que tratar de que siempre se publique la información que provea. En la mayor cantidad de lugares posibles. Eso traerá interés general. No hay que subestimar el trabajo.

Por eso, también, es importante que se enfoque la función de manera que los medios gráficos, radiales o televisivos, sientan confianza para publicar el dato. Y que sepan que la persona que lo mandó es responsable, está preparada y comprometida con hacer crecer, desde lo periodístico, a su club.

El rédito será, además, personal, porque le permitirá al jefe de prensa valorizar su oficio.

En esta sintonía, el encargado de la comunicación debe emanar una predisposición permanente para bregar por el bienestar del periodismo en el estadio. De esta manera tiene que intentar repartir una impresión de las estadísticas a los colegas, así como brindar su colaboración para subsanar cualquier inconveniente como el servicio de wifi o de líneas telefónicas, o procurar abastecer con agua, o gaseosa, al periodista.

- Tips de redacción:

Punto decisivo para la elaboración, sobre todo, de los comentarios y las previas.

- ✓ No abreviar nunca.
- ✓ Escribir los apellidos correctamente.
- ✓ Releer lo que se escribe.
- ✓ Ser respetuoso de la ortografía y la construcción.
- ✓ Intentar cumplir con las reglas básicas de toda noticia informativa priorizando en la cabeza la famosa pirámide invertida, con los principales datos. Después, en los siguientes párrafos, habrá tiempo para desarrollar.
- ✓ Tratar de responder siempre a las seis preguntas que toda noticia debe contestar (qué, quién, cómo, cuándo, por qué y dónde).
- ✓ Otro detalle importante para unificar criterios: los apodos de los jugadores se escriben con la primera letra en mayúscula y luego en minúscula, sin comillas. No es “manu” Ginóbili, es Manu Ginóbili.

Aclaración: todos estos conceptos, muy posiblemente, ya los tengan adquiridos muchos de los responsables de prensa. No obstante, hay otros que recién están dando sus primeros pasos en el periodismo y para los que este punto del manual puede resultar útil.

CONDICIONES MÍNIMAS PARA LAS FOTOGRAFÍAS

Las fotos deben ser tomadas por un fotógrafo, o una persona que tenga conocimientos mínimos de manejo de cámaras fotográficas.

Las fotos se enviarán en formato jpg. Con el nombre y apellido del jugador por ejemplo. CARLOSPEREZ.jpg

La cantidad de imágenes obligatorias son las siguientes:

1. Foto del plantel completo.
2. Dos fotos por jugador Una en posición de juego y otra de frente mirando a la cámara (como la fotos carnet).
1. Fotografía del DT del equipo mirando de frente a la cámara.

Se deberá trabajar con un set fotográfico mínimo el cual deberá contar con una tela blanca de fondo buscando que no salgan elementos externos al set (solo fondo blanco y el jugador).

Se deberá enviar las fotos sin ningún retoque.

Las fotos deberán ser enviadas en alta a un tamaño aproximado de 2 a 4 mb (2662x1846 px aprox.)

Además se deberá enviar en formato 4x4 cm las fotos de todo el plantel para poder realizar las credenciales de la nueva temporada. En el cual está involucrado todo el plantel: DT, AT, médico, kinesiólogo y utilero

IMPORTANTE

La entrega de las fotos es de carácter obligatorio para todos los equipos y el torneo depositará un monto de \$1500 en la cuenta de cada club para costear las mismas.

EJEMPLOS



Ejemplo fotografías en posición de juego



Ejemplo fotografías de frente



Ejemplo fotografías del equipo



Ejemplo fotografía 4x4 cm