

EL VIDEO COMO HERRAMIENTA MOTIVACIONAL

Hace un tiempo que se ha puesto de moda el uso del video para motivar a los deportistas después de que **Pep Guardiola** lo utilizara antes de la Final de la Champions League que el FC Barcelona ganó el año 2009 en Roma. En aquella ocasión, fue un video con imágenes espectaculares con acciones de cada jugador, ligadas con secuencias de la película **Gladiator** (clicque <http://www.youtube.com/watch?v=o8Dhj7KsEyQ> o busque "**Barça Gladiator**" en Youtube.)



A partir de entonces, han ido saliendo más ejemplos de los llamados videos motivacionales. Pero hay que preguntarse si realmente estos videos motivan o generan algún otro efecto. Por ejemplo, todo el mundo recuerda que los primeros 10 minutos de la final en Roma, los azulgranas salieron como aletargados, sin la energía que se esperaba. Esto los puso en problemas que por suerte no comportaron ningún gol del contrario.

¿Qué efecto había tenido realmente el video? Aunque quizá se buscaba generar confianza, sin duda, el video había emocionado más que motivado y esta emoción en competición se puede pagar muy cara si desestabiliza el rendimiento.

Con esto queremos decir que hay que tener cuidado con cuál es el efecto real de los videos elegidos. Y hay que vigilar qué estado de ánimo pueden provocar, que no nos sea contradictorio.

Pero el uso de los videos no se limita a instantes antes de la competición de cara a buscar estados especiales. Los videos pueden ser muy útiles para transmitir un valor, una idea, o motivar específicamente hacia la consecución de un objetivo.

Por ejemplo, si queremos educar a los jugadores sobre lo que significa un equipo cohesionado,

buscad "**Puro compañerismo**" en Youtube. Este video impactante refleja perfectamente la idea de un equipo unido con tareas perfectamente organizadas en busca de un objetivo común, ¡y con un gran compromiso por parte de sus integrantes!
http://www.youtube.com/watch?v=cb_tmnlVzo



Si un jugador se desajusta demasiado por un inconveniente quizás no muy importante que haya sufrido (lesión, sanción...), que vea "**Sin Piernas sin brazos sin límites**" en Youtube. Todos los videos de **Nick Vujicic** son inspiradores y hacen relativizar y cambiar la perspectiva de las cosas que consideramos negativas a priori.

<http://www.youtube.com/watch?v=V4w7SdNMQ-g>



Si un entrenador cree que sólo se consigue motivar a los jugadores haciéndoles sudar sangre, hazle ver "**The fun theory**" en Youtube. Este spot publicitario nos enseña que la diversión no está reñida con el esfuerzo.
<http://www.youtube.com/watch?v=2lXh2n0aPw>

Pero aparte de los innumerables videos que se pueden encontrar por Internet, también se pueden utilizar secuencias de películas para transmitir una idea concreta.

Por ejemplo, en "**Gladiator**" mismo hay una secuencia donde **Russell Crow** organiza rápi-



damente los roles y las tareas de sus compañeros gladiadores para batirse de forma eficaz con los romanos. Esta secuencia nos hace ver la importancia de la unión, pero también de que la gente tenga claro el rol que ocupa y haga caso sin fisuras al líder. La película "**300**" (sobre los espartanos) también habla de ello (¡usadla para desplazamientos largos en autocar!).

Si un deportista tiene problemas porque en el momento de actuar está demasiado pendiente de pensamientos sobre lo que está en juego, puede ver la secuencia de "**El último samurai**" donde **Tom Cruise** aprende que es precisamente cuando no piensa y deja fluir libremente lo que ha aprendido en el entrenamiento cuando lucha mejor.

Y así podríamos seguir con multitud de ejemplos que, bien escogidos, pueden ser un muy buen complemento al discurso de un entrenador. Sólo hay que tener claro cuál es la idea que se quiere transmitir, que sea una sola idea, y que el video trate específicamente de aquello, de una forma a poder ser impactante, y mejor aún si el video es de poca duración, para poder mantener la atención plena de los deportistas. Y tampoco debe ser sólo antes de una competición. Los videos pueden ser una gran herramienta para transmitir ideas y generar aprendizajes, y por eso hay que escoger el momento apropiado cuando interese transmitir cosas, remover conciencias o sencillamente poner a debate la idea que necesitemos tratar. ¡Y con el video, de forma visual, siempre va a entrar mejor!

Por **Joan Vives Ribó**

Psicòleg de l'esport i del rendiment
Entrenador Superior de Basquetbol
<http://joanvives.wordpress.com>