

Interactuar con los medios

Este recurso fue financiado por el Fondo de Seguridad Interior - Policía de la Unión Europea.



brave movement
End Childhood Sexual Violence

Introducción

Interactuar con los medios puede amplificar la voz y la misión de tu organización.

Esta presentación te guiará a través de las mejores prácticas para manejar consultas de prensa de forma segura y efectiva.

¿Qué es una consulta de prensa?

¿Qué es una consulta de prensa?

Cualquier petición de información, comentarios, entrevistas o ideas.

Estas consultas suelen dirigirse a las personas voceras de la organización, al equipo de comunicaciones o a la dirección ejecutiva.

El propósito detrás de estas consultas puede variar ampliamente, lo que incluye, entre otros:

- **Recolección de información:** periodistas pueden buscar detalles específicos sobre las actividades, la misión, los resultados o los planes futuros del proyecto de la organización sin fines de lucro.
- **Opiniones expertas:** profesionales de los medios podrían solicitar análisis u opiniones expertas de la organización sin fines de lucro sobre temas relacionados con su campo de trabajo, con el fin de agregar profundidad y experiencia a sus historias.
- **Cobertura de eventos:** se pueden hacer solicitudes sobre próximos eventos, iniciativas o campañas organizadas por la organización sin fines de lucro, buscando detalles para una mayor difusión al público.
- **Respuesta a eventos actuales:** si el área de enfoque de la organización sin fines de lucro está relacionada con temas de actualidad o debates públicos, los medios podrían buscar su reacción o postura frente a estos asuntos.
- **Historias de interés humano:** A veces, el interés está en las historias personales dentro de la organización (ya sea sobre personas beneficiarias, voluntarias o fundadoras) que destacan experiencias y logros humanos.

¿De dónde provienen las consultas de prensa?

Cualquier medio de comunicación puede realizar una consulta. Esto puede incluir medios tradicionales y medios digitales. Tres ejemplos comunes incluyen:

Prensa

Periódicos, revistas y otros medios físicos que brindan contenido extenso y detallado.

Televisión y radio

Tanto la televisión como la radio ofrecen una variedad de formatos para que su audiencia consuma información.

Pódcast y sitios de noticias

Los medios digitales están altamente segmentados. Se suele acceder a ellos principalmente a través de teléfonos inteligentes.

Consideraciones clave

Es importante comprender los posibles riesgos de las consultas de prensa. Al interactuar con los medios de comunicación, ten procesos establecidos para lo siguiente:

- **Garantizar la seguridad del equipo y de las personas sobrevivientes:**
Prepara a tu equipo para la posibilidad de una exposición pública no deseada.
- **Proteger la reputación de tu organización:**
Reconoce que los medios no están siempre de tu lado.
- **Aprovechar el momento:**
Responde con claridad y promueve tu mensaje para lograr resultados exitosos.

¿Mi organización debe
responder?

¿Debo responder a una consulta de prensa?

Opción: SIEMPRE tienes la opción de participar o no.

Autocuidado: prioriza el bienestar tuyo y de tu organización antes de responder.

1. Notifica a integrantes de la organización.
2. Verifica si otras personas recibieron una solicitud similar.
3. Decide si la consulta está alineada con tu misión, tu visión y tus valores.
4. Evalúa la capacidad y experiencia.
5. Reúne información detallada sobre el medio de comunicación.
6. Solicita siempre obtener las preguntas por escrito.
7. Realiza una verificación de diligencia debida.

Confirmar la preparación para responder

Confirma los requisitos de tu organización para responder oficialmente.

Permiso para proceder

¿Se necesitan votos del equipo de liderazgo o del equipo de Comunicaciones? Si es así, ¿cuántos?

Plan ante ausencia

¿Cómo se debe responder si una persona clave en la toma de decisiones de tu organización está de licencia?

Alta prioridad/riesgo

Si se trata de una consulta de alta prioridad o con riesgo, es posible que debas contactar a otra persona dentro de la organización.

Desafiar al medio de comunicación

Es posible que no te guste cómo un medio de comunicación se dirige a ti.

Pueden ser hostiles, engañosos o carecer de un enfoque basado en el trauma.

Está bien.

Tienes derecho a cuestionar sus consultas.

(En el peor de los casos, también puedes optar por no responder)

Desafiar al medio de comunicación

Siente empoderamiento para cuestionar las consultas de los medios o para hacer tus propias preguntas.

**Cuestiona
el contenido, no
a las personas.**

**Comunica
por escrito.**

**Tienes derecho
a responder
y mantener
tu postura.**

**Si se publica,
puedes dejar
constancia de
que cuestionaste.**

¿Cómo
respondo?

¿Cómo debo responder a una consulta de prensa?

- Elige a la persona responsable de la respuesta: puede ser la persona que primero detecta la consulta o alguien que se designó para ello.
- Coordina con el equipo: comparte las preguntas o áreas temáticas con integrantes de tu organización y/o las partes relevantes.
- Prepara tu respuesta...

Prepara tu respuesta

Menos es más. Mantén las respuestas breves para que no tengan otra opción que usar exactamente lo que les dices. La repetición también es buena. Documenta siempre tus respuestas y notifica a las partes relevantes.

Escrito

Concéntrate en el marco narrativo y en los mensajes clave. Entrega el mensaje de TU organización, incluso si eso significa que no respondes directamente a las preguntas que te hacen.

Transmisión

Identifica a la persona vocera y proporciona apoyo previo. Usa puntos clave y enfoca la conversación o entrevista hacia tu mensaje.

Líneas a seguir

Las líneas a seguir (LTT, por sus siglas en inglés) son declaraciones preparadas o puntos clave que una organización o persona utiliza para mantener un mensaje coherente y consistente.

Se usan frecuentemente en relaciones públicas, estrategias de comunicación e interacciones con los medios para garantizar que toda la organización esté alineada y comunique los mismos mensajes centrales.

Responder a preguntas hostiles

Gestiona las preguntas difíciles de manera efectiva.

→ Cuestiona el encuadre, el contexto temporal y el código de conducta.

→ Utiliza las líneas a seguir (LTT) de una base de datos preaprobada.

→ Mantén las respuestas breves y directas.

Prepara a tu organización

Existen formas en las que puedes preparar tu organización para futuras consultas de prensa. Las organizaciones de sobrevivientes, sin importar su tamaño, pueden posicionarse para el éxito.

Forma un grupo de personas voceras capacitadas.

Coordina dentro de alianzas o coaliciones.

Revisa el panorama mediático semanalmente.

Crea un proceso para anticipar la prensa negativa.

Participación de personas sobrevivientes voceras

Conoce los riesgos

→ Posible retraumatización:

La propia experiencia de compartir la vivencia puede ser un detonante.

→ Exposición al acoso:

Las personas sobrevivientes pueden experimentar acoso tanto en línea como fuera de línea.

→ Ataques reputacionales y legales:

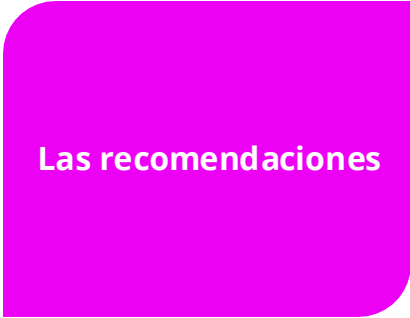
Las personas sobrevivientes pueden enfrentar ataques a su carácter e incluso ser demandadas.

Prepara a las personas sobrevivientes

Brinda capacitaciones y tiempo de preparación antes de cualquier participación en medios para informar a las personas sobrevivientes voceras sobre los diversos riesgos y las recomendaciones para participar.

A solid blue rounded square with the text "Los riesgos" in white.

Los riesgos

A solid pink rounded square with the text "Las recomendaciones" in white.

Las recomendaciones

Tu organización tiene la obligación de preparar adecuadamente a todas las personas involucradas en una entrevista con una persona sobreviviente.

Capacitación en medios

Las personas voceras deben participar en una sesión de capacitación en relaciones con los medios, guiada por una persona experta en comunicación.

Esto empoderará a las personas sobrevivientes para relacionarse con la prensa de manera profesional.

Comprender
qué significa
“on the record/
off the record”

Reconocer
preguntas hechas
de mala fe

Aprender tácticas
para sortear
entrevistas
hostiles

Revisar líneas
rojas de
la organización

Brindar apoyo total

Siempre que sea posible, las personas sobrevivientes que hablen formalmente en nombre de la organización deben recibir apoyo durante su interacción con los medios.

Especialista en relaciones con los medios

para brindar intervención y apoyo profesional, particularmente para señalar y redirigir cuando el periodismo cruza un límite.

Especialista en trauma

para garantizar el bienestar mental y la seguridad, para mantenerse al tanto de sensibilidades y señales de activación/detonantes, y para evitar, desescalar y minimizar daños.

Desacelerar el proceso

El hecho de que los medios se funcionen en la inmediatez no significa que tú tengas que hacerlo.

Establece procesos claros de toma de decisiones que te permitan evaluar las oportunidades y considerar los riesgos.

Si es apropiado, puedes crear un enfoque de “vía rápida” para responder a consultas de los medios en tiempo real.

Resumen de los puntos clave

- **Interactuar con los medios:** amplifica la voz y misión de tu organización comprendiendo tanto las oportunidades como los riesgos.
- **Estrategias de respuesta:** evalúa las consultas de los medios según tu misión, tu capacidad y la credibilidad del medio. Realiza una investigación exhaustiva antes de responder.
- **Preparación proactiva:** revisa regularmente el panorama mediático para anticipar oportunidades y riesgos. Prevén la prensa negativa con comunicados preparados y esfuerzos coordinados en redes sociales.
- **Consultas desafiantes:** empodérate para cuestionar las consultas de los medios y garantizar que la narrativa de tu organización se represente con precisión. Comunícate siempre por escrito.
- **Apoyo a personas voceras:** capacita y prepara a las personas sobrevivientes voceras con formación en medios, mensajes clave (LTT) y apoyo de profesionales de medios y especialistas en trauma.

brave movement™

End Childhood Sexual Violence

Gracias

BraveMovement.org
#BraveMovement
#BeBrave

