



**EJERCICIO DE FUERZAS ALIADAS
PARA OPERACIONES HUMANITARIAS
"FAHUM-98"
GUATEMALA, C.A.**

BURO DE INFORMACION

**RELACION CON LA PRENSA
EN MOMENTOS DE CRISIS**

GUATEMALA, 30 DE ENERO DE 1998.

A MANERA DE ADVERTENCIA:

SIENDO UNA REALIDAD, QUE CADA PAIS POSEE SU PROPIA POLÍTICA DE DIVULGACION, ES NECESARIO ADVERTIR QUE EL CONTENIDO DEL PRESENTE DOCUMENTO ESTA BASADO EN LA DOCTRINA Y EXPERIENCIA DEL EJERCITO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA, REVISADO Y ADAPTADO PARA EL EJERCITO DE GUATEMALA TIENE COMO FINALIDAD, PROVEER A LOS PARTICIPANTES DE ESTE EJERCICIO HUMANITARIO, DE UNA GUIA Y RECORDATORIO GENERAL EN ESTE COMPLEJO CAMPO.

PROPOSITOS:

- A. EXPLICAR LA IMPORTANCIA DE CULTIVAR BUENAS RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL.
- B. BRINDAR A LOS PARTICIPANTES, LOS CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA RELACION CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL EN PERIODOS DE CRISIS.

- C. EVIDENCIAR LOS ERRORES NORMALES DE UNA PERSONA QUE NO POSEE EXPERIENCIA AL ENFRENTAR LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN CONDICIONES CRITICAS.

INTRODUCCION:

LAS RESPONSABILIDADES DEL PERSONAL QUE DESARROLLA ACTIVIDADES DE CARACTER HUMANITARIO, VAN MAS ALLA DE LA BUENA INTENCION DE BENEFICIAR MATERIAL Y MORALMENTE A LOS DAMNIFICADOS, YA SEA INDIVIDUALMENTE O EN MASA. ES CONDICION NECESARIA DOMINAR O AL MENOS CONOCER EL AMBIENTE QUE RODEA A LOS DAMNIFICADOS. LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL INFLUYEN SENSIBLEMENTE EN ESTE AMBIENTE Y POR LO TANTO NO PUEDE OBIARSE LA PARTICIPACION ACTIVA O PASIVA DE SUS MIEMBROS, LOS PERIODISTAS.

EL DESCONOCIMIENTO DE LA NATURALEZA Y DE LA FUNCION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN UNA SOCIEDAD DEMOCRATICA, ES COMUN EN UN CIUDADANO MEDIO; LAS PERSONAS QUE POSEEN RESPONSABILIDADES PARA CON LA SOCIEDAD DEBEN ESCAPAR A ESTA AFIRMACION. LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL CONSTITUYEN UNA INSTITUCION ESPECIAL QUE COADYUVA A VINCULAR EL QUEHACER DEL GOBIERNO CON LA SOCIEDAD, POR LO QUE SIENDO FUNCIONARIOS DEBEMOS CONOCERLA Y ENTENDERLA.

ESTA CONFERENCIA CONSTA DE TRES PARTES, LA PRIMERA RESUME LOS CONCEPTOS NECESARIOS PARA ENTENDER EL CAMPO COMPLEJO EN QUE SE DESENVUELVEN LOS MEDIOS DE COMUNICACION; LA SEGUNDA PARTE RESUME LAS TECNICAS RUDIMENTARIAS PARA DESENVOLVERSE COMO RELACIONISTA PUBLICO DURANTE UNA CATASTROFE; POR ULTIMO, LA TERCERA PARTE PROVEE UN LISTADO DE SECRETOS PARA ENFRENTAR A LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

LAS PRESENTES NOTAS SE COMPLEMENTAN CON LOS EJERCICIOS PRACTICOS QUE SE DESARROLLARAN DURANTE EL PERIODO DE EXPOSICION Y PRACTICA.

PRIMERA PARTE

I. NATURALEZA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION:

UNO DE LOS DERECHOS FUNDAMENTALES DEL HOMBRE, APUNTALADO POR EL DERECHO INTERNACIONAL, ES EL DE LA LIBRE EXPRESION DEL PENSAMIENTO. NO HAY LIMITES NI FRONTERAS A ESTE DERECHO UNIVERSAL, SALVO EL BIEN COMUN.

LA SOCIEDAD TIENE DERECHO A ESTAR INFORMADA, PARA POSEER OPINION, POR LO QUE SE ORGANIZAN PERSONAS PARA INFORMAR A LA POBLACION POR DIFERENTES VIAS.

EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL DENTRO DE UN PAIS DEMOCRATICO ES EL DE SER UN MEDIO USADO PARA TRANSMITIR PENSAMIENTOS, BAJO NORMAS QUE AMPARAN SU LEGALIDAD Y EL CAMPO DE ACCION DONDE SE PUEDE MOVILIZAR.

LOS MEDIOS BASAN SUS PRINCIPIOS SOBRE "LA LIBERTAD DE EXPRESION", QUE NO ES MAS QUE EL DERECHO DE RECABAR INFORMACION Y OPINIONES, Y LUEGO DIFUNDIRLAS POR CUALQUIER MEDIO, SIN CENSURA NI LIMITACIONES.¹

CUMPLEN LAS FUNCIONES SIGUIENTES:

- A. FUNCION SOCIAL
- B. FUNCION DE DENUNCIA
- C. FUNCION DE PROTESTA
- D. FUNCION BENEFICA
- E. FUNCION LUCRATIVA
- F. PROTECCION A SECTORES

ESTAS FUNCIONES ENMARCAN A LOS MEDIOS COMO UNA INSTITUCION QUE SIRVE DE MURO PARA QUE LOS GOBIERNOS MANTENGAN EL CUIDADO DE NO COMETER ACTOS AJENOS AL BENEFICIO DEL PUEBLO.

^{1/}

EL ARTICULO 35 DE LA CONSTITUCION POLITICA DE GUATEMALA DICE, ENTRE OTRAS APRECIACIONES: "ES LIBRE LA EMISION DEL PENSAMIENTO POR CUALESQUIERA MEDIOS DE DIFUSION SIN CENSURA NI LICENCIA PREVIA. ESTE DERECHO CONSTITUCIONAL NO PODRA SER RESTRINGIDO POR LEY O DISPOSICION GUBERNAMENTAL ALGUNA." SE PODRIA DECIR QUE LOS "CAZANOTICIAS" NO TIENEN RESTRICCION ALGUNA PARA OBTENER LA INFORMACION DE CUALQUIER INDOLE, POR LO MISMO, LAS FUENTES TIENEN QUE ADMITIR EL ACCESO A LOS REPORTEROS.

LA ETICA PROFESIONAL² Y LOS GUSTOS DEL PUBLICO SON LOS UNICOS PALIATIVOS CONTRA LOS ABUSOS QUE DE ESTOS DERECHOS SE HAGA.

II. PERFIL DEL AMBIENTE DE COMUNICACIONES:

- A. EN DEMOCRACIA DEBE EXISTIR INTERCAMBIO LIBRE DE IDEAS E INFORMACION.
- B. LOS MEDIOS COMUNICAN NOTICIAS SIN CENSURA.
- C. CADA CIUDADANO DECIDE LO QUE DESEE LEER, OIR Y CREER.
- D. HAY MILES DE MENSAJES CIRCULANDO DIARIAMENTE.
- E. SI LAS ENTIDADES PUBLICAS NO INFORMAN A LA SOCIEDAD DE SUS ACTIVIDADES, OTRAS PERSONAS, ENTIDADES O LA PRENSA LO HARAN DESDE SU PARTICULAR PERSPECTIVA³.
- F. LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL NO SON ENEMIGOS, SOLAMENTE UN CANAL DE INFORMACION PARA DIFERENTES PUBLICOS, CON SUS PROPIOS INTERESES.
- G. PARA DIVULGAR NUESTRO MENSAJE: NECESITAMOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL. SIN OLVIDAR QUE ELLOS TAMBIEN NECESITAN DE NOSOTROS.

III. CARACTERISTICA DE LOS MEDIOS DE HOY:

- A. DISFRUTAN DE ALTA TECNOLOGIA (FISICA E INTELECTUAL).
- B. LOS REPORTEROS POSEEN VARIADO CONOCIMIENTO DE OPERACIONES HUMANITARIAS.
- C. RESISTEN CONTROLES.
- D. LOS PERIODISTAS PUEDEN HACER ANALISIS INSTANTANEO SIN MUCHA INVESTIGACION.
- E. NO CONFIAN EN UNA SOLA FUENTE OFICIAL.
- F. LOS PERIODISTAS QUIEREN:
 - 1. CHARLAS FRECUENTES CON ALTAS AUTORIDADES.
 - 2. ACCESO A LAS OPERACIONES.
 - 3. CONOCIMIENTO DE LA PERSPECTIVA DEL AFECTADO.
 - 4. UNA FUENTE DE HISTORIAS NUEVAS E INTERESANTES.
- G. ALGUNAS REALIDADES:
 - 1. LA PRESENCIA DE LA PRENSA ES UN HECHO
 - 2. LOS PERIODISTAS POSEEN LIBRE MOVILIDAD Y NORMALMENTE ACCEDEN A AREAS CRITICAS JUNTO CON LA AUTORIDAD.

2/

LAS ENTIDADES DE PRENSA RECONOCIDAS EN GUATEMALA, CUYO FIN PRIMORDIAL ES LOGRAR UN TRABAJO ETICO Y PROFESIONAL EN SUS ASOCIADOS, SON LAS SIGUIENTES: ASOCIACION DE PERIODISTAS DE GUATEMALA (APG), CAMARA GUATEMALTECA DE PERIODISMO (CGP), ASOCIACION DE CRONISTAS DEPORTIVOS DE GUATEMALA (ACDG), ASOCIACION DE MUJERES PERIODISTAS DE GUATEMALA (AMPEG), CIRCULO NACIONAL DE PRENSA (CNP), UNION DE CRONISTAS PARLAMENTARIOS (UCP), ASOCIACION DE LOCUTORES DE GUATEMALA (ALG) Y CAMARA DE LOCUTORES PROFESIONALES (CLP).

3/

DONDE NO EXISTE INFORMACION, EL VACIO SE LLENA DE RUMOR Y DESCONFIANZA.

3. LOS MEDIOS VISUALES TIENEN MAS IMPACTO.
4. LOS MEDIOS ALIMENTAN NECESIDADES DE INFORMACION PARA LA OPINION PUBLICA.
5. REACCIONES DEL PUBLICO PUEDEN INFLUIR EN NUESTROS PLANES Y OPERACIONES HUMANITARIAS.
6. ES MEJOR TRATAR A LOS MEDIOS DE UNA FORMA PROACTIVA Y NO EN FORMA REACTIVA.

IV. NUESTRA RELACION CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL:

*"NADA PUEDE FRACASAR SI CUENTA CON EL FAVOR PUBLICO;
SIN EL, NADA SE PUEDE LOGRAR" (ABRAHAM LINCOLN)*

- A. COMO INSTITUCION PUBLICA, LAS INSTITUCIONES PUBLICAS PERTENECEN A LA SOCIEDAD Y TIENEN QUE RENDIR CUENTAS DE SUS ACTIVIDADES. LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL SON UNA PUERTA PARA LOGRARLO
- B. EN UNA DEMOCRACIA, LAS INSTITUCIONES PUBLICAS DEPENDEN EN BUENA MEDIDA DEL APOYO Y DEL CONCENSO DEL PUBLICO.
- C. DIARIAMENTE LAS INSTITUCIONES PUBLICAS DEBEN IDENTIFICARSE CON EL INTERES PUBLICO.
COMO LO HACEMOS?:
 1. MANTENIENDO A NUESTRA SOCIEDAD INFORMADA PARA CONQUISTAR LA COMPRESION PUBLICA Y OBTENER SU APOYO.
 2. MEDIANTE RELACIONES INTERINSTITUCIONALES.
 3. INFORMANDO ADECUADAMENTE A NUESTROS AMIGOS Y BUSCAR CONSENSO EN NUESTRAS ACTIVIDADES
- D. SI LOS PERIODISTAS NO HAN PARTICIPADO EN OPERACIONES HUMANITARIAS, NO ENTIENDEN A PROFUNDIDAD NUESTRO TRABAJO O LO TERGIVERSAN CONCIETEMENTE, POR LO QUE SE LES DIFICULTA MANEJAR CON OBJETIVIDAD ESTOS TEMAS. DEBEMOS INVOLUCRARLOS.

SEGUNDA PARTE

I. LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL Y EL RELACIONISTA PUBLICO EN PERIODOS CRITICOS PROVOCADOS POR DESASTRES NATURALES O ARTIFICIALES:

CUALQUIER CATASTROFE PUEDE SER CALIFICADA DENTRO DE DOS GRANDES RAMAS: LAS PROVOCADAS POR FENOMENOS NATURALES Y LAS PROVOCADAS POR EL HOMBRE.

PARA ENFRENTAR LAS CATASTROFES ES NECESARIO CONTAR CON EQUIPOS DE TRABAJO EQUIPADOS, ENTRENADOS Y DISCIPLINADOS; NORMALMENTE LAS AUTORIDADES DE TODOS LOS PAISES SOSTIENEN O PROMUEVEN ENTIDADES GUBERNAMENTALES O NO GUBERNAMENTALES QUE POSEEN EN MAYOR O MENOR MEDIDA ESTAS CARACTERISTICAS.

ESTE EQUIPO DE TRABAJO CUENTA EN SU ORGANIZACION CON UN RELACIONISTA PUBLICO, QUIEN ES LA PERSONA AUTORIZADA A MAS ALTO NIVEL PARA BRINDAR INFORMACION OFICIAL A LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

UNA CATASTROFE CREA UNA CONDICION TAL EN LA QUE LAS RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION ENCUENTRAN SU PRUEBA MAXIMA. EN ESE INSTANTE, YA NO ES POSIBLE ESTABLECER UNA POLITICA DE RELACIONES PUBLICAS. DE ESTA CUENTA SE HACE NECESARIO PRACTICAR, PRACTICAR Y PRACTICAR.

CUANDO OCURRE UNA CATASTROFE, DEBE ASISTIR LO MAS PRONTO POSIBLE UN RELACIONISTA PUBLICO, PARA CANALIZAR TODO TIPO DE INFORMACION COMO ENTE AUTORIZADO, AUN CON LA DIFICULTAD DE NO POSEER TODOS LOS DATOS, PARA EVITAR QUE PERSONAS IRRESPONSABLES, YA SEA EN FORMA INDIVIDUAL O EN REPRESENTACION DE ALGUN MEDIO DE COMUNICACION, TRANSMITA IRRESPONSABLEMENTE A LA POBLACION (SUPONIENDO O MODIFICANDO), DANDO LUGAR A AUMENTAR LA CONFUSION E INCERTIDUMBRE.

EN ESTOS CASOS SE DEBE SER FRANCO, NO ES CONVENIENTE FINGIR NI OCULTAR INFORMACION A LA PRENSA, PORQUE DE ALGUNA MANERA, TARDE O TEMPRANO OBTENDRAN LA INFORMACION POR OTROS MEDIOS, DANDO LUGAR A PERDIDAS DE CREDIBILIDAD.

LOS FUNCIONARIOS PUBLICOS, NORMALMENTE TEMEN EL RESULTADO DEL TRABAJO DE LOS REPORTEROS YA QUE CONSIDERAN QUE NO POSEEN CONTROL SOBRE LO QUE REPORTAN O QUE LO QUE INFORMARAN LES CAUSARA PROBLEMAS. SIN EMBARGO, AUNQUE NO PODEMOS CONTROLAR LO QUE PUBLICAN, PODEMOS CONTROLAR LO QUE LES CONTAMOS Y NUESTRO CONTROL DEPENDE DE LA PREPARACION, DEL CONOCIMIENTO DE LOS HECHOS, Y LAS HABILIDADES DE COMUNICADORES QUE POSEAMOS.

LAS NECESIDADES DE LA RELACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL CON LA ENTIDAD QUE MANEJA LAS CONSECUENCIAS DE UNA CATASTROFE, SON:

- A. COMUNICACION.
- B. GUIAS.
- C. COOPERACION MUTUA.
- D. CONFIANZA.

II. PARA ENFRENTAR UNA CATASTROFE:

ES MUY DIFICIL PREVENIR UNA CATASTROFE, SIN EMBARGO EXISTEN CONDICIONES QUE PERMITEN NEUTRALIZAR O MINIMIZAR LOS DAÑOS QUE ORIGINAN LAS MISMAS:

- A. POSEER Y PRACTICAR PLANES DE CONTINGENCIA (VOCERO, MANEJO DE MEDIOS DE COMUNICACION, SIMULACION DE CRISIS, ETC.).
- B. FORMAR Y ENTRENAR COMITES DE EMERGENCIAS.
- C. PRACTIQUE EL ANALISIS FODA (FORTALEZAS-OPORTUNIDADES-DEBILIDADES-AMENAZAS).
- D. MANUAL DE RESPUESTAS.
- E. PROGRAMACION Y COORDINACION CONSTANTE.

III. FORMAS DE ACTUAR ANTE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL:

A. FORMA REACTIVA:

REACTIVIDAD ES RESPONDER ANTE LOS ACONTECIMIENTOS O PREGUNTAS. IDEAL PARA EL IMPROVISADOR.

B. FORMA PROACTIVA:

LA PROACTIVIDAD ES IDENTIFICAR PROBLEMAS Y TOMAR LA INICIATIVA. ANTICIPARSE, CONOCER Y PLANIFICAR.

IV. DEFINIENDO UNA POLITICA DE RELACIONES PUBLICAS:

UNA CATASTROFE ORIGINA UNA SITUACION CRITICA QUE NORMALMENTE TIENDE A CENTRALIZAR LAS FUENTES DE INFORMACION, SIN EMBARGO NO EXISTE UNA NORMA RIGIDA, NORMALMENTE SE MEZCLAN EN MAYOR O MENOR PORCENTAJE LAS SIGUIENTES POLITICAS:

- A. POLITICA DE RESTRICCION O CENTRALIZADA:
SOLAMENTE EL JEFE ESTA AUTORIZADO A DAR INFORMACION.

- B. POLITICA DE APERTURA O DESCENTRALIZADA:
SE DIFUNDE INFORMACION QUE NO ORIGINE PROBLEMAS A LA INSTITUCION.
- C. POLITICA ESPECIFICA:
SE DIFUNDE INFORMACION, MENOS LAS QUE SON ESPECIFICAMENTE PROHIBIDAS.

V. CARACTERISTICAS DEL AMBIENTE DE INFORMACION DURANTE UNA CATASTROFE:

- A. UNA CRISIS CREADA POR UN FENOMENO NATURAL EXIGE SATISFACER LAS NECESIDADES BASICAS Y MINIMAS DE LAS PERSONAS.
- B. EL HECHO QUE UN EVENTO NOTICIOSO SEA CUBIERTO POR LOS MEDIOS DE COMUNICACION CAMBIA EL CARACTER DE TAL EVENTO.
- C. LA ACTUALIDAD DE NUESTRAS COMUNICACIONES, AUMENTA LA ACTUALIDAD DE NUESTRA CRISIS.
- D. LA COMPETENCIA ENTRE MEDIOS DE COMUNICACION ATRAE MAS PERSONAS E INTENSIFICA LA COBERTURA.
- E. LOS REPORTEROS PUEDEN ARRIESGARSE POR CUENTA PROPIA.
- F. REPORTEROS DE OTROS LUGARES NO CONOCEN LAS GUIAS O CONSIDERACIONES MUTUAS PREVIAMENTE ESTABLECIDAS.
- G. REPORTEROS DE POCA EXPERIENCIA SON LLAMADOS A CUBRIR UNA CATASTROFE.
- H. LA TENSION Y EL CANSANCIO EXISTIRA EN AMBOS LADOS
- I. EL MODO DE TRANSMITIR UN MENSAJE PUEDE SER MAS IMPORTANTE QUE EL PROPIO MENSAJE.

VI. TEMAS QUE BUSCAN LOS MEDIOS DE COMUNICACION LUEGO DE UNA CATASTROFE:

- A. NOMBRES O RESPONSABLES.
- B. ERRORES DE CUALQUIER TIPO.
- C. MUERTES Y DAÑOS.
- D. FALTA DE CONTROL OPERACIONAL (DESORGANIZACION).
- E. ACTIVIDADES CRIMINALES O AL MARGEN DE LA LEY.
- F. FALLAS EN RELACIONES INTERINSTITUCIONALES.

VII. EL OFICIAL DE RELACIONES PUBLICAS Y LAS CATASTROFES:

- A. ES EL COMPONENTE CLAVE DEL EQUIPO DE MANEJO DE CRISIS:
 1. MANTIENE INFORMADO AL JEFE OPERATIVO.
 2. CONOCE LA GEOGRAFIA Y CARACTERISTICAS DEL AREA AFECTADA, ASI COMO LOS NIVELES DE RIESGO.
 3. ESTABLECE EL CENTRO DE OPERACIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION, ASI COMO PUNTOS ESPECIALES PARA FOTOGRAFOS Y CAMAROGRAFOS.

4. ENTREGA INFORMACION APROBADA A LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y AL EQUIPO DE MANEJO DE EMERGENCIAS.
 5. INSTRUYE AL PERSONAL NUEVO SOBRE LAS REGLAS A SEGUIR.
 6. PREPARA COMUNICADOS DE PRENSA.
 7. DISTRIBUYE DISTINTIVOS DE IDENTIFICACION CUANDO SEA NECESARIO.
 8. COORDINA CUALQUIER ACTIVIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.
- B. LOS REPRESENTANTES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION DEBEN ESTAR ENTERADOS DE LA SITUACION OPERACIONAL.
- C. LO MAS IMPORTANTE PARA EL RELACIONISTA PUBLICO ES QUE TENGA ACCESO A LA AUTORIDAD.
- D. TAMBIEN ES IMPORTANTE QUE EL RELACIONISTA PUBLICO TENGA CONTROL CIRCUNSTANCIAL SOBRE LAS ACTIVIDADES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

VIII. NECESIDADES EN UN AREA AFECTADA:

- A. EN UNA SITUACION CATASTROFICA EL CONTROL SE HACE MUY DIFICIL Y REQUIERE FLEXIBILIDAD Y COORDINACION:
1. PROHIBIR EL ACCESO DONDE LA VIDA O LA PROPIEDAD SON AMENAZADAS
 2. PLANES DE EVACUACION MASIVA.
 3. NO INTERFERIR CON LAS OPERACIONES POLICIAICAS O BOMBERILES.
 4. DESIGNAR PUNTOS ESPECIALES DE OBSERVACION PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACION, AUN DENTRO DE LAS LINEAS POLICIAICAS.
 5. EMITIR DISTINTIVOS O BRAZALETES PARA IDENTIFICAR A LOS REPRESENTANTES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.
 6. CONTROL ESTRECHO Y RESTRINGIDO SOBRE TALES DISTINTIVOS Y COBERTURA.

TERCERA PARTE

I. MANDAMIENTOS DEL BUEN COMUNICADOR:

- A. SER HONESTO.
- B. SER SINCERO.
- C. PREPARESE.
- D. SER NATURAL.
- E. SER AMABLE.
- F. SER POSITIVO.
- G. PIENSE.
- H. DEMUESTRE ENERGIA.
- I. DEMUESTRE INTERES.
- J. USE HUMOR (CUANDO SEA APROPIADO).

II. PRESENTANDOSE ANTE LA PRENSA:

- A. PREPARESE:
 - 1. CONOZCA AL PERIODISTA Y LA AUDIENCIA.
 - 2. PREPARE DOS O TRES MENSAJES CLAVE
 - 3. IMAGINESE PROBABLES PREGUNTAS Y RESPUESTAS.
 - 4. ENTERESE BIEN DE LOS POSIBLES TEMAS.
 - 5. ANTICIPESE A PREGUNTAS NEGATIVAS O PUNTOS DE VISTA CONTRARIOS.
 - 6. PRACTIQUE
 - 7. SEPA LO QUE HA SIDO PUBLICADO SOBRE EL TEMA ESE DIA.
 - 8. ESCOJA EL LUGAR AGRADABLE, ILUMINADO Y CON TOMACORRIENTES PREFERENTEMENTE QUE POSEA SALIDA ACCESIBLE.
- B. ANTES DE LA ENTREVISTA:
 - 1. REVISE SU IMAGEN
 - 2. NO DECIR NADA QUE NO DEBE SER COMUNICADO AL PUBLICO
- C. NO OLVIDE.
 - 1. LAS PAUTAS DE LA ENTREVISTA
 - 2. LOS ASUNTOS DEL DISCURSO
 - 3. EL LIMITE DE TIEMPO
 - 4. ATRIBUTOS DE LOS COMENTARIOS
- D. ALGUNAS TECNICAS
 - 1. ESCUCHE LA PREGUNTA

2. HABLE SOLO DE LO QUE USTED SABE, EN DECLARACIONES CORTAS, SENCILLAS Y ESPECIFICAS.
3. NO ESPECULE Y EVITE CHARLAS FUERA DE RECORD
4. NUNCA REPITA UNA PREGUNTA. PUEDE SER REDACTADA Y USADA FUERA DE CONTEXTO.
5. NO HABLE DE INFORMACION CLASIFICADA
6. ACUERDESE DE SUS MENSAJES CLAVES
7. NO DIGA "SIN COMENTARIO". SI NO PUEDE DECIR ALGO, DIGA EL PORQUE.
8. RELAJESE Y MANTENGA CONTACTO VISUAL CON EL CORRESPONSAL. TOME SU TIEMPO.
9. NO DISCUTA CON EL PERIODISTA. SI USTED TIENE QUE REFUTAR UN PUNTO, HAGALO INMEDIATAMENTE Y CORTESMENTE.

E. DESPUES DE LA ENTREVISTA

1. EVITE CHARLAS "OFF THE RECORD".
2. PROVEA CUALQUIER INFORMACION SOLICITADA POSTERIORMENTE.
3. LLAME AL REPORTERO, LUEGO DE LA PUBLICACION, SOBRE CUALQUIER ERROR EN SU REPORTAJE.

III. **BOLETIN O COMUNICADO DE PRENSA:**

A EL BOLETIN O COMUNICADO DE PRENSA NO ES UNA NOTICIA, ES INFORMACION QUE USTED COMPARTIENDO CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION, NO PRETENDA QUE SE CONVIERTA EN NOTICIA, AUNQUE EVENTUALMENTE ALGUN DIARIO LO HAGA.

0

B. SE UTILIZA NORMALMENTE PARA MANTENER ACTUALIZADA LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN EL AMBIENTE INFORMATIVO.

C. LISTA DE CHEQUEO:

- 1 UN ASUNTO INTERESANTE.
2. UN MEMBRETE CON DIRECCION Y NUMEROS DE TELEFONO Y FAX.
3. FECHA ACTUAL
4. FECHA DE DIFUSION.
5. A QUIEN DIRIGIRSE PARA MAS INFORMACION.
6. TITULO Y NUMERO DEL BOLETIN.
7. TEXTO:
 - a. PIRAMIDE INVERTIDA.
 - b. PALABRAS SENCILLAS.
 - c. FRASES Y PARRAFOS CORTOS.
 - d. EXTENSION MAXIMA DE UNA PAGINA.
8. REVISION:
 - a. REVISE DATOS.
 - b. REVISE ORTOGRAFIA Y GRAMATICA.
 - c. OBTENGA AUTORIZACION DEL COMANDANTE.
9. YA REVISADO Y AUTORIZADO, ENVIE EL BOLETIN LO MAS RAPIDO POSIBLE.

IV. CARACTERISTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL:

A. CARACTERISTICAS DE LA COMUNICACION POR TELEVISION:

MUY GRAFICA Y FUNCIONA MEJOR SI SU NOTICIA CONTIENE UNA IMAGEN INTERESANTE. PRECISA SOLO UN PAR DE HORAS DE ANTICIPACION. EL IMPACTO DE SU MENSAJE ES ASI:

1. SUS PALABRAS 7%
2. TONO DE VOZ 38%
3. GESTOS Y POSTURA 55%

B. CARACTERISTICAS DE LA COMUNICACION POR RADIO:

TIENE VASTA AUDIENCIA, PERO SOLO DIVULGA NOTICIAS CORTAS. EXISTEN PROGRAMAS DE CHARLAS. EL IMPACTO DE SU MENSAJE ES ASI:

TEMA	20%
SUS PALABRAS	30%
TONO DE VOZ	50%

C. CARACTERISTICAS DE LA COMUNICACION ESCRITA:

1. PERIODICOS:

SE DIRIGE MAS A LA RAZON. NECESITA INFORMACION DETALLADA Y ACTUAL. REQUIERE UN DIA DE ANTICIPACION Y ACEPTA ASUNTOS COMPLEJOS.

2. REVISTAS:

ENFOCADAS A INTERESES ESPECIFICOS, REQUIERE 2 O 3 SEMANAS DE ANTICIPO. DURAN UN RATO EN OFICINAS Y CASAS.

GLOSARIO DE TERMINOS:

A. AMARILLISMO:

ES EL PERIODISMO TIBIO CUYA TENDENCIA NO ESTA CLARO PORQUE TIENE INTERESES EN AFECTAR A CUALQUIER ENTIDAD, POR ELLO SE LE TILDA DE MENTIROSO PORQUE USA FALACIAS.

B. ARTICULO:

ES UN GENERO CUYO CONTENIDO ES BREVE, PUBLICADO EN LOS MEDIOS ESCRITOS, LOS CUALES SE ENCAMINAN POR LO REGULAR A INFORMAR SOBRE SUCESOS VARIOS DEL ACONTECER DIARIO EN UNA SOCIEDAD.

C. CRISIS:

MOMENTO DECISIVO Y PELIGROSO EN LA EVOLUCION DE LAS COSAS. CONFLICTO, TENSION.

D. EDITORIAL:

GENERO PERIODISTICO MEDIANTE EL CUAL SE CONOCE LA INCLINACION DE DETERMINADO MEDIO DE COMUNICACION MEDIANTE ESTE SE PUEDEN REALIZAR OPINIONES DE CARACTER POLITICO, ECONOMICO ETC., SU PRINCIPAL OBJETIVO ES ALCANZAR LA ATENCION DE LA OPINION PUBLICA, Y HACER NACER EN ELLOS UN PENSAAMIENTO REFLEXIONISTA.

EL EDITORIAL ES LA VOZ DEL MEDIO Y TIENE LA CARACTERISTICA DE NO LLEVAR LA FIRMA DEL AUTOR, PORQUE ES ELABORADO POR UN CUERPO ASIGNADO PARA ELLO.

E. GENEROS PERIODISTICOS:

NOMBRE GENERAL QUE SE LE DA A LAS DIFERENTES FORMAS DE ESCRIBIR LA NOTICIA. POR EJEMPLO: ARTICULO, ARTICULO DE FONDO O COLUMNA, CRONICA, CRONIQUELLA O NOTA INSOLITA, REPORTAJE, ENTREVISTA, EDITORIAL, NOTA BREVE

F. GOBIERNO:

EN CONJUNTO AMPLIO SE LLAMA ASI AL CONJUNTO DE ACTIVIDADES DIRECTIVAS DEL ESTADO, ASI COMO EL CONJUNTO DE ORGANOS QUE LAS REALIZAN. CONJUNTO DE LOS QUE GOBIERNAN UN ESTADO

G. INSTITUCION:

LEY U ORGANIZACION FUNDAMENTAL DE UN PAIS COSA ESTABLECIDA. UNA INSTITUCION PUBLICA SE CARACTERIZA POR POSEER: MISION, ORGANIZACION Y AUTORIDAD.

H. MEDIOS DE COMUNICACION:

SON LOS DIFERENTES CANALES QUE UTILIZAN LOS PERIODISTAS PARA LLEGAR AL PUBLICO. EN TERMINOS GENERALES SON. ESCRITOS, RADIALES Y TELEVISIVOS.

I. RELACIONISTA PUBLICO:

ES LA PERSONA QUE ENCAMINA UN ESFUERZO CONTINUO PARA CONQUISTAR LA COMPRESION PUBLICA Y BUSCAR CONSENSO PARA APOYAR LA MISION Y ORGANIZACION DE LA INSTITUCION A LA QUE PERTENECE. SU ESTATUS LABORAL DEBE PERMITIRLE FACIL ACCESO A LA MAXIMA AUTORIDAD Y PESO AL PRESENTAR SUS IDEAS.

J. PERIODISTA:

EL QUE ESCRIBE EN PERIODICOS. SINONIMO DE REPORTERO, REDACTOR, ENTREVISTADOR, COMENTARISTA, CORRESPONSAL, CRONISTA, PUBLICISTA O CUALQUIER OTRA OCUPACIÓN EN EL CAMPO DEL PERIODISMO.

K. PRENSA:

ARCAICISMO, POR LA PRENSA DE LAS IMPRENTAS DONDE SE IMPRIMIAN LOS LIBROS. CONJUNTO DE LAS PUBLICACIONES PERIODICAS, ESPECIALMENTE LAS DIARIAS; SUS PRINCIPALES RAMAS SON: LA PRENSA ESCRITA; LA PRENSA HABLADA Y LA PRENSA TELEVISIVA.

L. REPORTAJE:

ARTICULO PERIODISTICO ESCRITO TRAS UNA ENCUESTA PERSONAL DEL AUTOR.

M. REPORTERO:

ES EL PERIODISTA QUE HACE REPORTAJES. SINONIMO DE PERIODISTA, SE LE LLAMA TAMBIEN "CAZANOTICIAS" PORQUE A DIFERENCIA DE LOS COLUMNISTAS, QUE TAMBIEN SON PERIODISTAS, EL BUSCA LA INFORMACION Y LA TRASLADA PARA CONOCIMIENTO DE LA SOCIEDAD.