

A large crowd of people is shown in silhouette against a dark background. The people are densely packed and their forms are mostly indistinct, creating a sense of a large gathering. A solid purple horizontal bar is positioned at the bottom of the image, partially overlapping the silhouettes of the people.

# Preparar las comparecencias

# ¿Quiénes participan en CP?

Actores que participan	Actividades
Periodistas	Reportan el acontecer, opinan sobre vida pública
Políticos	Rinden cuentas sobre su desempeño
Comunicadores y publicirrelacionistas	Gestionan las relaciones y comunicación al interior y exterior de organizaciones
Ciudadanos	Opinan a través de <i>social media</i> y medios tradicionales

# Características de las áreas de CP

Área de CP	Características
Periodismo	Principalmente periodismo político, periodismo de abogacía, intelectuales públicos
Relaciones públicas	Comunicación gubernamental, divulgación de la ciencia, campañas de salud y toda RP que verse sobre asuntos públicos
Publicidad	Publicidad social o <i>social advertising</i> , e. g., en salud pública
Comunicación en redes	Opinión ciudadana, periodismo ciudadano, ciberactivismo

# Productos de las áreas de CP

Área de CP	Principales productos
Periodismo	Noticias, reportajes, periodismo de opinión
Relaciones públicas	Subsidios informativos (boletines, entre otros), <i>media events</i>
Publicidad	Anuncios, infografías
Comunicación en redes	Publicaciones y participación en <i>social media</i> , blogs

# Principios en relación medios-fuente durante crisis

1. Identificar necesidades informativas de medios (pertinencia, veracidad, sustancia)
2. **Preparar las comparecencias**
3. Responder siempre (evitar el silencio)
4. Adiestrar a portavoz
5. Lenguaje claro (que no se pueda entender algo diferente a lo que queremos)
6. No difundir datos no verificados ni especulaciones
7. Suministrar los datos o evidencias que sustenten las conclusiones (aunque informar en exceso puede desinformar)
8. Los medios no son enemigos (no atacarlos)
9. Prever uso de internet
10. Tomar en cuenta la competencia entre medios (y entre fuentes)

# El periodismo gira principalmente en torno a eventos...

- Eventos/sucesos
  - Eventos aleatorios (son sorprendidos)
    - Sucesos policíacos, ambientales, financieros, etc.
    - Crisis, errores, acontecimientos fortuitos, desastres de RP
    - A la cobertura centrada en estos le llamamos *episódica*
  - Eventos planeados (pseudoeventos, *media events*)
    - Conferencias de prensa, presentaciones y actos públicos, entrevistas planeadas, manifestaciones y protestas, actos publicitarios, revelaciones y filtraciones planeadas, etc.



# Comparecer es...

- “Dicho de una persona: Presentarse ante una autoridad u otra persona” (DLE)
- En...
  - conferencia o rueda de prensa
    - presencial
    - a distancia (videoconferencia)
  - entrevista
    - en estudio
    - vía telefónica
    - banquetera

# Acciones

- **Organizaciones:**

- Acciones **antes** (preparativos):
  - logística (aspectos materiales)
  - mensaje (documentos, entrenamiento)
- Acciones **durante**
- Acciones **después** (seguimiento)

- **Periodistas:**

- Acciones **antes** (preparativos)
- Acciones **durante**
- Acciones **después**
  - realización de cobertura
  - seguimiento



# Acciones (desglosado)

- **Organizaciones:**

- Acciones **antes** (preparativos):
  - ¿Es necesaria la comparecencia?
  - Logística (aspectos materiales: lugar y fecha, revisar lugar)
  - Mensaje (preparar mensajes, redactar boletín, preparar materiales, preparar respuestas, ensayar, elaborar kit)
  - Invitar
- Acciones **durante**
  - Lista de asistencia, grabar o transmitir
- Acciones **después** (seguimiento)
  - Enviar materiales
  - Evaluar

- **Periodistas:**

- Acciones **antes** (preparativos)
  - Investigar caso (antecedentes, cobertura)
  - Preparar preguntas
- Acciones **durante**
  - Llevar materiales necesarios para cobertura
- Acciones **después**
  - Conseguir entrevistas, hacer *networking*, dar seguimiento

# Simulacro

- **Caso 1**

- Colectivo Defendamos el Cerro de la Reina convoca a conferencia para dar a conocer el fallo judicial en torno a demanda de amparo
- **Presupuesto: mil pesos**

- **Caso 2**

- Equipo de restauración del Cucosta dará a conocer en conferencia el proceso de restauración de zona coralina en islas Marietas
- **Presupuesto: recursos universidad + 8 mil pesos**

# Entregar (1)

1. Lineamientos de qué hacer antes, durante y después (periodistas y organizaciones)
2. Acciones concretas para la situación ajustándose al presupuesto (incluir los materiales)

# Situación de disculpa

- **Caso 1**

- Colectivo Defendamos el Cerro de la Reina convoca a conferencia para dar a conocer el fallo judicial en torno a demanda de amparo
- **Un integrante del colectivo usó términos altisonantes y homofóbicos para referirse a funcionarios**

- **Caso 2**

- Equipo de restauración del Cucosta dará a conocer en conferencia el proceso de restauración de zona coralina en islas Marietas
- **[Meses después] Por errores atribuibles a la participación del equipo, la pérdida de coral se ha extendido un radio adicional de 500 m.**

# Proyectar

1. Invitación (caso y plantilla\*)
2. Boletín (caso y plantilla\*)

# Proyectar (2)

## 1. Disculpa (caso y plantilla\*)

**\* Nota: realizar individualmente plantillas para la organización de entrega 4 de tal manera que pueda colocarse como anexo dentro de la entrega**



# Referencias

- Maraboto, M. (2014). Las entrevistas banqueteras. *Forbes*.  
<http://www.forbes.com.mx/las-entrevistas-banqueteras/>
- Túnnez-López, M. (coord.) (2007). *Comunicación preventiva. Planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis*. La Coruña: Netbiblo. Recuperado el 28 de julio de 2015 de <http://ruc.udc.es/handle/2183/11904>