

- Comunicar los derechos humanos
- Medios y Responsabilidad Social en Venezuela
- Medición de prensa más allá de lo evidente
- Un futuro para la estrategia



DIRECTOR

Juan José Larrea

ESCRIBEN

Adriana Lauro (Ar)
Christian Carvajal (Ch)
Diógenes Mayol (Co)
Fernando Véliz Montero (Ch)
Juan José Larrea (Ar)
Marcelo Manucci (Ar)
Sandra Orjuela Córdoba (Ve)

ENTREVISTAMOS A

Adriana Amado Suárez (Ar)
Fernando Solari (Ar)
Francisco Caballero (Mx)
Gerardo Kerik (Ar)
Luís Villalba
María O'Donnell (Ar)
Natalia Zimmermann (Ar)

ASESOR DE CONTENIDOS

Gustavo G. Coppola

COLABORADORES

Diego García
Diógenes Mayol
Georgina Sturla

NODOS

Amaia Arribas Urrutia (Mx)
Monterrey
Sandra Orjuela Córdoba (Ve)
Caracas

DISEÑO EDITORIAL

Luciano Cassisi
Lorena Yáñez Martini

DISEÑO WEB

Pablo Berrettella

CONTACTO

Info@revistadircom.com.ar

REDACCIÓN

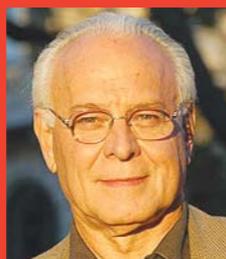
Castelli 167 -Piso 3
C1031AAC - Buenos Aires
(54 11) 52547337
Skype: revista.dircom
contenidos@revistadircom.com.ar

DIRCOM es una publicación bimestral. Todos los derechos reservados: la reproducción parcial o total de los contenidos deberán ser autorizados por el editor. Los artículos firmados representan la opinión de los respectivos autores y no la del editor. DIRCOM es una publicación de Ediciones DIRCOM, registro de marca N° 1934061. Registro de la propiedad intelectual en trámite. ISSN 1851-3581

Asesores Editoriales Honorarios (Ad Honorem)



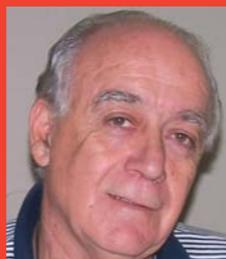
Joan Costa
España
Presidente Red Iberoamericana Dircom



Norberto Chaves
España
Integrante de FOROALFA



Octavio Islas
México
Director Cátedra de Comunicaciones Estratégicas y Cibercultura, Tecnológico de Monterrey



Enrique Velásquez
Argentina
Presidente API

Sumario

Tips

30/56

On/Off

59

Comunicar los derechos humanos

Juan José Larrea

El director de revista DIRCOM se reunió con profesionales de la comunicación pertenecientes a organismos nacionales de Iberoamerica, en Santa Cruz de la Sierra (Bolivia), y dialogó con ellos acerca de los problemas y obstáculos a la hora de comunicar temas referidos a los Derechos Humanos. El rol de los medios de comunicación.

12

Medios y Responsabilidad Social en Venezuela

Sandra Orjuela Córdoba

Describe el cambio de modelo de los medios de comunicación, el periodismo y cómo se fue construyendo la rse en Venezuela, un país con grados de institucionalización complejo.

19

Medición de prensa más allá de lo evidente

Diógenes Mayol

A partir de datos estadísticos, manifiesta la poca profesionalización en la medición de prensa y contradice los argumentos que comparan el valor Equivalente en Publicidad con la Inteligencia Medial.

38

Un futuro para la estrategia

Marcelo Manucci

Ante las preguntas ¿Cómo gestionar procesos internos dinámicos, identificar e integrar nuevas competencias?; ¿cómo articular vínculos estratégicos con diferentes stakeholders en medio de la desconfianza y el desconcierto del presente? - el autor aboga por un desarrollo estratégico como expresión de un futuro con potencialidades.

41

Pasa en la vida, Pasa en la televisión

Diálogo: Gerardo Kerik

7

Fuente Abierta para la integración cultural

Adriana Lauro

16

La responsabilidad social: Periodistas y Medios

24

La comunicación es crítica

Diálogo: Luis Villalba

29

Comunicar las normas. Normas para comunicar

Diálogo: Natalia Zimmermann

33

Call Centers La delgada línea roja

Christian Carvajal

44

Fragmentos de una comunicación llamada organizacional

Fernando Véliz Montero

46

La "apatía" electoral como construcción mediática

Diarios sobre Diarios

49

En México, llámame

Amaia Arribas Urrutia

54

La propaganda K

Diálogo: María O'Donnell

60

Periodismo de calidad

Diálogo: Adriana Amado Suárez

62

Lazos comunicantes

Diálogo: Fernando Solari

64

Comunicar los derechos humanos

Por Juan José Larrea

Profesionales de la comunicación de Iberoamérica reflexionan acerca de los problemas y tácticas en la comunicación de temas referidos a los Derechos Humanos.



Argentina

Juan José Larrea

Licenciado en Comunicación Social y Periodista

Responsable de la oficina de Comunicación del Defensor del Pueblo de la Nación Argentina desde 1997.

Coordinador de ComFIO (Red de comunicadores de la Federación Iberoamericana del Ombudsman).

Director de Revista DIRCOM. Columnista de Opinión sobre Tecnología, Informática e Internet en radio La Red (AM 910).

Desde 1999 produce "La Gente y su Defensor", programa radial que se emite en más de 200 radios en la República Argentina.

El Derecho a la libertad de opinión, expresión e información fue reconocido en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948.

Uno de los tantos problemas que tienen los Dircoms de las Instituciones garantes de los Derechos Humanos es la dificultad de difundir a través de los medios de comunicación las actividades, resoluciones, programas o informes que estas realizan.

Las razones son variadas y diversas. Para lograr reflexionar los motivos o causas en la escasez de noticias que ilustren páginas en periódicos, aire en las radios e imágenes en la TV, existen variables dependientes e independientes. Se debería tener en cuenta el país, el presupuesto con el que se trabaje, el profesional de comunicación a cargo, el titular de la Institución, los medios masivos de comunicación, la cultura de los pueblos, la educación en Derechos Humanos del periodista, la libertad de prensa o empresa del medio, etc. En pocas palabras, las causas podrían ser numerosas y los resultados exitosos de publicaciones en medios masivos de comunicación relacionados a la defensa y garantías de los derechos de los seres humanos, son pocos.

Durante los días 19 al 21 de noviembre de 2007 en el Centro de Formación de la Cooperación Española (AECI) en Santa Cruz de la Sierra (Bolivia) se llevó a cabo el seminario "Defensorías del Pueblo y Medios de Comunicación". Representantes de 14 países, responsables del área de comunicación de cada Defensoría del Pueblo nacional y periodistas de reconocida trayectoria fueron invitados con el fin de exponer (intercambiar experiencias) y capacitarse en la materia. Revista DIRCOM tuvo la oportunidad de reflexionar en el lugar con algunos profesionales conociendo de cerca la realidad que cada uno vive y siente al momento de comu-

nicar Derechos Humanos.

Al hablar de dificultades, obstáculos o barreras a derribar al tiempo de llegar a los medios de comunicación "en lo particular, y al igual que en el resto de países, en El Salvador, aún hoy algunos medios de comunicación no entienden la importancia del tema Derechos Humanos, los cuales garantizan el progreso y desarrollo de los habitantes" comentó César Monterrosa, integrante del área Comunicaciones de la Procuraduría para la Defensa de los DD. HH. Mientras que su par, Álvaro García Hoyos, Jefe de Prensa de la Defensoría de Pueblo de Colombia, señaló que "cuando la información involucra a los poderes del Estado - gobierno, militares, congresistas, entre otros - hay cierto temor o reverencia por parte de los medios a publicar denuncias. Prefieren pasar de agache o no profundizar mucho en el tema".

Por falta de entendimiento, preparación, mirar a otro costado o carencia de interés por parte de los medios, se dificulta la posibilidad de publicar e informar a la sociedad sobre esta clase de temas. Aunque en modo alguno resulta extraño detenernos unos instantes y pensar que a una emisora le significa más rédito económico transmitir otras clases de noticias. "Los Derechos Humanos muchas veces son desplazados por los temas

El problema que tienen los Dircoms de las Instituciones garantes de los Derechos Humanos es la dificultad de difundir a través de los medios de comunicación las actividades, resoluciones, programas o informes que estas realizan.

políticos y violencia callejera, llámese accidentes automovilísticos, homicidios, etc., que es lo que desgraciadamente está vendiendo acá", sostuvo Ibeth Vega, Dircom de la Defensoría del Pueblo de Panamá.

Si las noticias del tipo sensacionalistas son más vendibles, generan rating y logran atraer auspicios, no es sólo porque el medio de comunicación así lo decida. Si un producto se vende es porque del otro lado hay siempre alguien que lo adquiere. Ambas partes (audiencia y medio) tienen responsabilidades diferentes pero, es el medio el que debe velar por cumplir con su rol social: formar, informar y entretener con justo equilibrio.

"Los derechos humanos, por el contrario, suelen no ser temas de interés para los medios, excepto cuando conducen al escándalo. Los DD HH tienen que ver con el respeto, la paz, la solidaridad y los medios lo que 'necesitan' es informar sobre hechos y protagonistas de noticias que eleven los ratings y la venta de periódicos" ilustró Iván Granda, Director Nacional de Comunicación de la Defensoría del Pueblo de Ecuador.

El poco interés de los medios de comunicación en mostrar noticias que involucren temáticas vinculadas con el área de los derechos humanos parece ser un denominador común en Latinoamérica según comentarios vertidos por los allí presentes. Solo importan estos temas "si hay datos y cifras 'escandalosas', si caen cabezas, si hay muertos, si generan terror o temor. Sin estos ingredientes, por ejemplo en la prevención o en el seguimiento informativo, no se nota el mismo interés", dijo el colombiano García Hoyos, coincidiendo con Vega quien resaltó que los contenidos importantes para los medios son "sobre todo los relacionados con abuso policiales, violencia doméstica, todo lo que sea crónica roja". En tanto que César Monterrosa afirmó que en el Salvador "no existen periodistas especializados en la temá-

tica en mención que conozcan que los Tratados Internacionales, al igual que otros instrumentos jurídicos nacionales, contienen preceptos básicos que pueden servir para elaborar una nota y fortalezcan el papel fiscalizador que deben ejercer los medios como contra parte del poder estatal".

Ante las adversidades descritas que vienen enfrentando los responsables de comunicación de instituciones estatales encargadas de velar por la defensa de los DD HH, Revista DIRCOM consultó acerca de cuál sería la receta que cada uno debe emplear para lograr publicar y dar a conocer a la opinión pública sobre estos temas. "Llamo personalmente a los colegas amigos y trato de enviarles información, esto es, noticias y no gacetillas de relaciones públicas", enfatizó la panameña Ibeth Vega, mientras que García Hoyos resaltó que hace "todo lo posible para que la información resulte atractiva y de interés general, ofreciendo antecedentes, cifras, cuadros comparativos, datos novedosos, testimonios y varias fuentes". En cambio el ecuatoriano Ivan Granda prevalece su esfuerzo en "persuadir a los periodistas sobre la necesidad de crear una cultura en DD HH; pues éstos se violan en todo momento y circunstancia, ya que nuestra cultura latinoamericana está diseñada para que el poderoso abuse del más débil. Son rezagos culturales que vienen con nosotros desde la conquista y el coloniaje. Sin embargo, hoy la situación es más fuerte porque nuestros pueblos son dependientes de países con poder económico y tecnológico".

El Director de la agencia de noticias EFE en Bolivia, Antonio José Martínez Martín, da una mirada externa desde los medios, considerando que los departamentos de prensa de los Ombudsman deben tener en cuenta "a los destinatarios de sus comunicados y a los periodistas que van a recibir sus informes" y desechar "las maravillosas y lujosas memorias anuales



DIRCOM



Álvaro García Hoyos (Colombia)



Ibeth Vega G. (Panamá)



César Monterrosa (El Salvador)

que no sirven más que para dar mayor visibilidad a los funcionarios y terminan, la mayoría de las veces, en el archivo redondo: los botes de la basura. Los medios de comunicación no deben ayudarlos a que hablen de los Defensores, sino a que los pueblos y las personas sepan mejor cómo aprovecharlos y conozcan cómo ejercer sus derechos”.

Cabe ahora sortear un gran interrogante que aquí aparece sistemáticamente, ¿capacitan los medios de comunicación a sus periodistas (directores, editores, redactores, cronistas, etc.) en temas relacionados a los DD HH? Y la respuesta es unánime: en su mayoría no. Las causas son diversas: falta de interés, escaso presupuesto, pocos periodistas para enviar a estudiar, etc. La calidad de las noticias redactadas o comentadas se da con educación constante y especialización verdadera; de esa manera un medio ofrece no solo noticias, también brinda herramientas fuertes y necesarias a un público que lo ayudará a pensar y decidir mejor sobre cualquier tema de interés general. Pero para llegar a los medios periodísticos existe una opción como respaldo que no involucra únicamente a una oficina o gabinete de comunicación. Las agencias o consultoras suelen ser contratadas por entidades públicas o privadas para colaborar en la inserción y mejor llegada a los periodistas. Álvaro García Hoyos subrayó que "para eso existe un área especializada en brindar información, que es la oficina de prensa de cada Institución. Ese tipo de intermediarios no me parece recomendable cuando de información de Derechos Humanos se trata", en igual sentido Iván Granda recalca que "en Ecuador no es necesario contar con agencias para hacer un buen trabajo con los medios”.

Para Pablo Fernández, Jefe de la oficina de Publicaciones de la Defensoría del Pueblo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina), algunos de los inconvenientes más habituales que se presentan en la labor cotidiana son "la limitación que supone no contar con un presupuesto específico relevante para desarrollar campañas de difusión masivas y costear una pauta publicitaria per-

manente en los grandes multimedios que permean alcanzar una repercusión importante entre la población”. Mientras que en Colombia no manejan presupuesto y el aumento o disminución depende del interés del titular de la entidad en el tema comunicacional; En Ecuador cuentan con un bajo presupuesto anual que es el mayor problema que afronta la Dirección Nacional de Comunicación Social. Frente a la falta de presupuesto, una de las herramientas alternativas con las que hoy cuenta todo profesional de la comunicación es la tecnología en todas sus variantes (telefonía móvil, correo electrónico, mensajes de texto, imagen y video digital, redes sociales, marketing viral, rss, web, etc.). Si bien un sin fin de tácticas comunicacionales permiten llegar a los incomparables públicos objetivos de interés, de forma rápida y eficiente, exigen un aprendizaje y entendimiento previo, para llegar al éxito buscado. Aunque en el diálogo con los profesionales de Iberoamérica presentes en el seminario en Santa Cruz de la Sierra (Bolivia) se manifestó poco conocimiento en la materia, a pesar de ello varios sostuvieron que utilizaban alguna de ellas.

Ante esta realidad desfavorable al momento de comunicar el colombiano Gracia Hoyos propone como estrategia eficiente para relacionarse con un periodista: "Mantenerlo informado sobre todo lo que ocurre en la Entidad y las declaraciones del titular de la misma. Pasarle siempre al teléfono, no darle exclusivas a otros, apoyarlo cuando necesita elementos o accesorios para poder comunicar mejor. Ser amigo más no en exceso”.

Ombudsman deben tener en cuenta “a los destinatarios de sus comunicados y a los periodistas que van a recibir sus informes” y desechar “las maravillosas y lujosas memorias anuales

Si bien no se avizora un cambio en los medios de comunicación masivos en lo referente a los temas que abordan ejes sobre DD HH, no se puede dejar de reconocer que hay un avance en el tratamiento, lugar y extensión del tema desde principios del presente milenio. Queda mucho camino por recorrer. Sin lugar a dudas no se debe atribuir exclusiva responsabilidad a los medios de prensa por el poco espacio reservado para estos temas. Cada uno de los actores (sociedad, empresas, consumidores, damnificados, Estado) conlleva una cuota de compromiso en esta realidad. El periodista poco especializado, la falta de creatividad o recursos del profesional de la comunicación para difundir la noticia, el escaso compromiso del medio editorial, la insuficiente exigencia por parte del público, auspiciantes preocupados únicamente por la buena ubicación sin

interés en el tema que acompaña a su lado en una misma página del periódico, son factores gráficos por el cual el tratamiento y abordaje de temas relacionados con los derechos humanos no tendrían el lugar de relevancia en los canales de información que se merecen. En manos del DIRCOM está el cambio de roles a través de una estrategia global que venza el doble desafío de alcanzar y persuadir a los medios en la importancia de los DD HH, a la que se suma, mientras tanto, buscar alternativas en otros soportes comunicacionales con el objetivo de lograr interiorizar e involucrar al público deseado. **DIRCOM**

Hace mucho empezamos a pensar en el bienestar de nuestros clientes y ellos empezaron a pensar en otras miles de cosas

Con Gas Natural, algo cambia en la vida de millones de personas. Porque depositan en nosotros su confianza y respondemos. Mejoramos y ampliamos continuamente nuestra red de distribución, ofrecemos más y mejores productos, y superamos, día a día, nuestros niveles de calidad. Así, nuestros clientes pueden estar tranquilos y ocuparse del resto de las cosas importantes de la vida.

gasNatural
Argentina

www.gasnaturalban.com