MANUAL DE VOCEROS

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA

Alcaldía de Medellín
Cuenta con vos
SAPIENCIA
Agencia de Educación Superior de Medellín

Esta es la directriz que deben seguir todas las dependencias de la Alcaldía de Medellín para que haya un solo mensaje y evitar caer en desinformación y contradicciones ante los medios de comunicación.

Lo que no se comunica es invisible, por eso es muy importante que se esté en contacto permanente con la prensa para poder informar de manera oportuna y veraz a la ciudad sobre los avances, problemáticas y resultados que tenemos como administración municipal. Los voceros tienen además el deber de informar lo que la Alcaldía realiza y nosotros debemos tener la disponibilidad de entregar información para gobernar con transparencia y hacer rendición de cuentas con transparencia.

Esa información debe ser clara y contundente para evitar distorsiones que afecten el desarrollo de procesos. Por eso hemos diseñado este Manual de Voceros para que sirva de guía para su labor cotidiana. Recuerde que siempre tendrá el apoyo de la Secretaría de Comunicaciones, como una de nuestras principales labores para atender a la prensa.

En la Alcaldía de Medellín el vocero es el emisor de un mensaje específico ante los medios de comunicación o ante otro tipo de audiencia, que luego pueda ser reproducido en los medios, este mensaje en última instancia es para los habitantes de la ciudad, el país y el mundo.

En primera instancia el vocero es nuestro Alcalde, luego los secretarios de despacho o directores y gerentes de institutos descentralizados.

El vocero debe estar preparado para ejercer su función en todo momento y lugar. De ser necesario y solo en casos especiales se podrá delegar a un subsecretario, director técnico, líder o profesional que conozca a profundidad del tema a tratar.

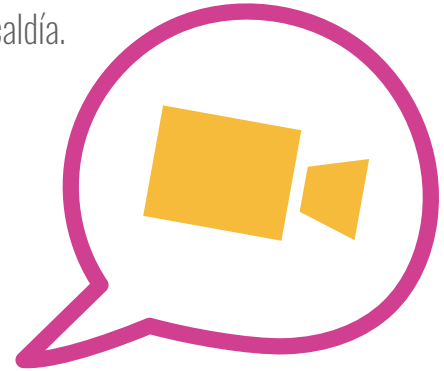
PREPARACIÓN ANTES DE LA ENTREVISTA

- ***Conozca bien el medio, sus audiencias, el periodista*** y concerte tiempo y lugares adecuados para la entrevista.
- ***Llegue a acuerdos previos a la entrevista sobre el tema y sus alcances,*** esto le permitirá poner todo claro desde el inicio.
- ***Pregunte el tiempo que tiene.*** Prepárese para hablar sólo ese tiempo y optimícelo.
- ***Use lenguaje sencillo, cercano, entendible.*** Traduzca los términos técnicos.
- ***Prepare y tenga muy claros sus mensajes clave*** y la forma de decirlos.
- ***Si no está seguro, busque la información pertinente,*** solicite un momento y cerciórese de tener la información que corresponda.
- ***La entrevista comienza desde el momento en que hace contacto con el periodista.***
- No hay nada "Off the record", ***todo hace parte de la entrevista desde el saludo hasta la despedida.***
- ***Apague su celular o entréguelo a alguien de confianza*** y solicite que no le transfieran llamadas, mientras dure la entrevista.

COMPORTAMIENTO POR TIPOS DE MEDIOS

Como regla general para las entrevistas:

- Procure estar en los sitios que hagan referencia al tema.
- Hágase acompañar del comunicador de la Agencia, del enlace o de un periodista del equipo de prensa de la Alcaldía.



ENTREVISTAS RADIALES TELEFÓNICAS

Procure no ceder a enfrentamientos con ciudadanos u otras personas opositoras. En lo posible lograr lapsos cortos que dejen a los oyentes con ganas de más. Hable a las audiencias con ejemplos y elementos emotivos del tema que usted maneja. Aborde los temas racionales con claridad. Hágase acompañar del comunicador de su dependencia. Aproveche sus apuntes, pero hable con total normalidad.

ENTREVISTAS RADIALES EN ESTUDIO

Salude a todo el personal presente. En lo posible hable en lapsos cortos que dejen a los oyentes con ganas de más. Proponga un diálogo y no solo pregunta - respuesta. Fuera del aire siempre mantenga coherencia (no hay off de record). Maneje el tiempo con prudencia.

ENTREVISTAS TELEVISIVAS PREGRABADAS

Recuerde la importancia del vestuario, imagen personal y los sitios de las entrevistas de acuerdo con los temas (ojalá esté en la calle) y su papel como vocero institucional, aunque lo más importante es el contenido de sus respuestas. Aproveche el lenguaje corporal y oral. Trate de compartir su mirada a la cámara con la mirada al periodista durante las declaraciones. En los planos de apoyo (cuando no hay micrófono de por medio) no pierda la compostura ni el trato sobrio, formal pero amable con el comunicador. Salvo error grave, evite pedir repetición.

COMPORTAMIENTO POR TIPOS DE MEDIOS

ENTREVISTAS TELEVISIVAS EN ESTUDIO

Recuerde la importancia del vestuario e imagen personal, aunque lo más importante es el contenido de sus respuestas. Salude. Siempre admita algo de maquillaje para el sudor y un vaso de agua cerca. Pregunte cuál es su cámara. Procure no portar papeles que le dispersen del diálogo espontáneo. Aproveche el lenguaje corporal y oral. Trate de compartir su mirada a la cámara con la mirada al periodista.

ENTREVISTAS DE PRENSA

Recuerde la importancia de los sitios de las entrevistas de acuerdo con los temas y su papel como vocero. Trate de acompañarse solo de un asistente técnico y del comunicador responsable. Recuerde que toda documentación que usted muestra al periodista es susceptible de entregarse. Cuide mucho el lenguaje corporal. No reciba llamadas. Si se trata de una obra pública y es prudente, realice la visita con el periodista para ilustrarlo mejor. Cuide su actitud y presentación cuando lo estén registrando en fotografía.

EDITORIALISTAS, OPINIÓN O BLOGUEROS

Parten de hechos objetivos para realizar una argumentación. Con ellos recomendamos el envío de documentación escrita y posteriormente si consideran un diálogo hacerlo en privado, sin grabaciones y con las mismas recomendaciones sobre forma, tono y estilo expuestas anteriormente. La cordialidad y el trato pesan en una opinión favorable, pero nunca abuse o se exceda. Es muy importante dar contexto de los temas.

AGENDA DE MEDIOS

Pueden ser presenciales o telefónicas. Solicite al comunicador que lo acompañará, una agenda con los nombres de los espacios, las personas y el perfil de público al cual se dirige.
Sea muy coherente con el perfil de audiencia de cada medio, su lenguaje e intereses en relación con el tema. Las agendas de medios se preparan entre el comunicador de la Agencia y el enlace de prensa.

COMPORTAMIENTO POR TIPOS DE MEDIOS

MANEJO DE REDES SOCIALES PERSONALES

Recuerde que, por medio de las redes sociales personales, estado de sistemas de celular o cualquier medio público con su identidad, usted se convierte en vocero espontáneo de la administración municipal, por lo cual siempre cuide el tono, evite responder ataques o brindar explicaciones complejas por esos medios, sea muy prudente y: PIENSE MUY BIEN y con cabeza antes de comunicar. Las redes son medios de muy rápida acción, por eso pueden ser tentados en temas candentes a pasarse de la línea, sea cuidadoso al escribir.

MANEJO DE REUNIONES DE TRABAJO O SOCIALES

Recuerde que usted no deja de ser integrante del gobierno municipal en ninguna situación, por lo cual debe ser sumamente cuidadoso con el manejo de la información que es de uso estratégico y no debe ser divulgada. Hay una serie de temas e indicadores clave del gobierno que son recurrentes en ciertas reuniones y hacen parte de la cultura general de nuestro gobierno y una postura oficial a la cual conviene acogernos o evitar manifestarnos positiva o negativamente frente a ellas si no las tenemos claras. En cualquier caso, es fundamental estar enterados de los principales temas de gobierno y la posición institucional.

MANEJO DE EXPOSICIONES O PRESENTACIONES PÚBLICAS

La Secretaría de Comunicaciones y la Agencia cuentan con las plantillas necesarias para sus presentaciones en público. Procure conocer bien sobre el tema de interés del auditorio, el tiempo que le asignaron y las preguntas potenciales que pueden surgir. Recuerde que los registros de audio y video que se obtienen pueden tener uso público o en memorias para los asistentes. Dependiendo del entorno, sea espontáneo en su intervención, utilice ejemplos y siga las recomendaciones anteriores.

EN LA SECRETARÍA DE COMUNICACIONES LO ACOMPAÑAMOS

La Secretaría de Comunicaciones, por medio de un equipo de profesionales dispuestos en la Jefatura de Prensa y con los profesionales de enlace, tienen la función de acompañarlo en los temas primordiales y conocer de manera prioritaria cualquier necesidad que le expresen los medios de comunicación. Recuerde que TODO lo que usted comparte con los medios es información puede ser empleada por ellos.

Alcaldía de Medellín
Cuenta con vos
SAPIENCIA
Agencia de Educación Superior de Medellín

RECOMENDACIONES ESPECIALES PARA LOS VOCEROS

- Exprese la posición de la Alcaldía de Medellín con la información disponible y de acuerdo con la directriz de la Jefatura de Prensa para evitar rumores, interpretaciones o mal posicionamiento de informaciones, por parte de personas ajenas a la administración.
- Tenga serenidad, tranquilidad y concentración.
- NO utilice el humor, sarcasmo, la especulación o la mentira.
- Recuerde que este no es un tema personal.
- Utilice un lenguaje claro y conciso.
- Transmita ideas simples y de fácil comprensión.
- Evite frases hechas y muletillas.
- Utilice con moderación los adjetivos y adverbios.
- Recurra a ejemplos cuando sea posible.
- Ofrezca solo cifras imprescindibles y debidamente validadas.
- Hable siempre en positivo y en función de las acciones proactivas de la administración.
- Aunque le pregunten por otros temas que no son de su resorte, utilice palabras como: cómo le venía diciendo... La idea completa es que... Algo importante es que... Una idea que no quiero que se me escape es...
- Recuerde la utilización en el contexto adecuado y sin forzar.
- NUNCA ofrezca obsequios o favores a un periodista.
- Cumpla sus compromisos y sea oportuno en la atención a ellos.
- Envíe la información que haya prometido compartir.

RUEDAS DE PRENSA

Para el desarrollo de una rueda de prensa será primero la dirección de Sapiencia, quien dará un resumen de la información y entrega la noticia y cifras ante los medios, en caso de que existan, si hay más personas a su lado especialistas en el tema para entregar los detalles específicos ya el director asigna la palabra a cada uno de ellos para temas relacionados y finaliza nuevamente el director con conclusiones y aspectos importantes.

En una rueda de prensa se dan las declaraciones a periodistas al final de la exposición, en muchas ocasiones hay que optimizar el tiempo de los periodistas por lo que se entra a dar las entrevistas directamente con ellos.

En caso de que en la rueda de prensa al finalizar la exposición haya inquietudes de los periodistas se atienden desde la mesa, luego se procede a dar las respectivas declaraciones.

Se debe establecer desde un comienzo la vocería de los temas siempre será el director, pero es caso fortuito se debe delegar un vocero sobre temas específicos, ojalá con el suficiente conocimiento para cada tema y evitar caer en contradicciones ante los medios.

El área de comunicaciones debe grabar las declaraciones del director de Sapiencia con los medios, esto como respaldo o para compartir a otros medios que no hayan podido asistir a la rueda de prensa.

Para la realización de una rueda de prensa se debe verificar primero los horarios y espacios en los que se pueda realizar la misma, esto debido a que puede incurrir que varias ruedas de prensa coincidan a la misma hora en diferentes entidades o hasta con la misma dependencia.

Hay que monitorear y averiguar que ruedas de prensa habrá ese día y en que entidades para mayor facilidad de los medios y de nosotros como Agencia para asegurar asistencia de los mismos.

Recomendable realizar las ruedas de prensa en una zona céntrica a los medios, en este caso Alcaldía de Medellín o auditorios cercanos a la administración por facilidad de desplazamiento de los medios y de nosotros contar con su presencia.

EVENTOS DE SAPIENCIA

Para eventos realizados directamente por la Agencia en la que se incluyan intervenciones serán la comunidad o líderes según el caso quienes hablarán primero, el director será el último en hablar para una claridad del mensaje que se quiere dar desde la Alcaldía de Medellín.

Se debe comunicar con pertinencia, en un lenguaje claro y donde la comunidad se sienta incluida con los temas de ciudad.

A estos eventos que son más de carácter comunitario se debe invitar a los medios de comunicación enviar a través de correo electrónico y hacer énfasis con free press para asegurar la asistencia de los mismos.

Se debe grabar el discurso del director al momento de su intervención, ya sea él el anfitrión o como un invitado a un evento que sea organizado por otra organización.

SOLICITUDES DE TEMAS POR PARTE DE LOS MEDIOS

Ante la solicitud de un medio por temas específicos que correspondan a Sapiencia se les debe responder siempre, mostrarnos como Agencia, accesibles y transparentes con la información.

APROVECHAMIENTO DE LAS OPORTUNIDADES

Establecer una buena relación con los medios de comunicación en eventos públicos a los que asista el director por solicitud del Alcalde de Medellín, ojala acompañado de personal de la dirección de comunicaciones, sobre todo si hay medios de comunicación invitados, ya que éste servirá de puente entre el director y los medios para dar una información oportuna ante los mismos o para alertar al director sobre cualquier tema coyuntural que se esté presentando en el momento y que pueda convertirse en una alerta para la Agencia.

Lo anterior debe establecerse de acuerdo a los lineamientos que se impartan desde la Secretaría de Comunicaciones.

El éxito de un buen trabajo en prensa depende de la imagen que usted nos ayude a proyectar en la ciudad.

Alcaldía de Medellín
Cuenta con vos
SAPIENCIA
Agencia de Educación Superior de Medellín