



¿Qué es un portavoz de organizaciones comunitarias?

Es la persona que comunica el mensaje de su organización; mediante su presencia o aparición en campañas, el portavoz transmite al público la importancia de una misión y visión comunitaria.

La designación de un/una portavoz de la organización debe ser hecha de manera meditada y estratégica antes de iniciar cualquier campaña ante los medios de comunicación.

¿Quiénes pueden cumplir el papel de portavoz?

1. Los líderes de su organización
2. Otras personas que representan a la comunidad

En muchas organizaciones comunitarias de base, los líderes de la organización y los líderes comunitarios suelen ser las mismas personas.

Debe tenerse en cuenta que un/una portavoz:

- ✓ Oficialmente representa a su grupo y puede hacer declaraciones sobre cualquier tema relevante
- ✓ Debe estar siempre disponible para ofrecer declaraciones e informar a los periodistas. Asegúrese de difundir la dirección y teléfono de contacto de esta persona entre todos los periodistas.

Es importante que los medios recojan las voces de las personas de la comunidad de PVVS. Para ello, debe respetarse la diversidad del colectivo en términos de raza, edad, orientación sexual, género, clase y discapacidad, procurando siempre designar a personas que estén preparadas para hablar con los medios.

Un/una portavoz debe sentirse cómodo al hablar con los medios; es la persona en la que se deposita la confianza para dar el mensaje adecuado. Por ello, estas personas deben tener un dominio básico de los temas a tratar que les permita dar información fiable y exacta a los periodistas, o que les indiquen dónde pueden encontrarla.

Una vez designado, el/la portavoz debe iniciar su preparación:

- ✓ Formule por adelantado y conjuntamente con su organización el mensaje que se quiere transmitir a los medios.
- ✓ Elabore un **argumentario** que contenga posibles preguntas y las respuestas que deben dar los portavoces de su organización.
- ✓ En cada encuentro con los medios, manténgase enfocado en el mensaje y procure no desviarse.
- ✓ Puede ser muy útil ofrecer una opinión personal, pero no basta simplemente con dar su testimonio personal.
- ✓ Es conveniente introducir la historia personal dentro del mensaje que se quiere transmitir.

Consejos para prepararse como portavoz

- ✓ La mayoría de los periodistas buscan declaraciones o comentarios que les sirvan para su labor informativa; no piense que están tratando de arrinconarlo si le preguntan.
- ✓ Los periodistas o el público en general desconocen la información que usted tiene sobre el tema. Prepárese una lista que contenga los datos claves y aprenda a presentarlos de manera clara y concisa, como información introductoria sobre el tema.
- ✓ Tenga preparados sus mensajes clave con antelación, antes de la entrevista. Puede añadir comentarios personales que permitan llegar mejor al público: “Como miembro de un colectivo especialmente afectado, pienso que la discriminación...”

Debe recordar que:

- ✓ Usted tiene algo que decir y quiere que la gente escuche su mensaje. Si se expresa con seguridad, se ganará la atención de su público.
- ✓ Es importante preparar con otros miembros de su organización las preguntas que posiblemente surgirían en una conferencia de prensa y practicar las respuestas.
- ✓ Las preguntas de los periodistas pueden a veces apartarle del mensaje que usted quiere dar; aprenda a volver a su mensaje básico en todas sus intervenciones.
- ✓ En una sola entrevista no podrá explicarlo todo; esto puede tener un efecto agobiante para el público y los periodistas. Manténgase en las líneas del mensaje que quiere dar.

Si se confunde, no se apure. Pídale al periodista que vuelva a grabar sus declaraciones si el programa no es en directo.

¡Y no olvide practicar sus palabras constantemente! Esto es lo más importante.

Mantener el mensaje

Existe la llamada técnica de **reconducción**, mediante la cual el portavoz puede volver a los dos o tres puntos esenciales de su mensaje a lo largo de la entrevista (especialmente cuando le han preguntado cosas que se apartan del tema). A continuación se ofrece un ejemplo:

P: ¿Pero, no hay sectores que se oponen a que el ministerio de salud promueva el uso del condón y la anticoncepción de emergencia?

R: Aquí lo realmente importante es que los colectivos más vulnerables cuenten con una manera efectiva de protegerse de la infección por VIH.

Use palabras o frases que sirvan como señales de atención para introducir los aspectos más destacados de su mensaje:

Lo importante es que...

La cuestión aquí es...

Lo que otras personas no consideran es...

Lo que realmente nos preocupa es...

Lo que está en juego es que...

Texto traducido y adaptado por Enrique Góngora Padilla con información de SPIN Project, 2006
<<http://www.spinproject.org>>