



Hacia un Pro-Liderazgo

Con la comunidad y dentro del diario

Presentación del Lic. Homero Hinojosa
SIP / Miami / 17 de abril de 2009

Los grupos de **referencia social** nos están ganando -y generando- muchas primicias







¿Se acuerdan cuando ese era trabajo exclusivo de los periodistas?

¿Se acuerdan cuando nuestro rol
era...?

- Servir al lector
- Formar al lector
- Educar al lector

-

Ahora el lector es también **un medio**
para lograr muchas cosas de nuestro
trabajo



Hemos visto 2 tendencias claras:



1. El lector utiliza ya otras opciones para informarse y formarse opinión. Incluso, él ya "edita" o "circula" las noticias.

2. Los contenidos tradicionales tienden a ceder espacio a los "contenidos infomerciales" en una estrategia de los diarios para sobrevivir.

¿Eso significa que nuestro "rol" en la sociedad estará más limitado por la “competencia” de las redes y las exigencias de los anunciantes?

? ¿Ya no seremos los "líderes de opinión", "guardianes de la democracia", "fiscalistas" de la sociedad?

Ciertamente las nuevas tecnologías, el Internet y la galopante cultura consumista han creado un ciudadano *más precoz* y un lector *más proactivo* en muchas comunidades.





Pareciera como si las audiencias ya no necesitaran de “periodistas misioneros” ni “sacerdotes mediáticos” que le reciten sermones informativos.



Pero en todo esto hay un constante "bombardeo" de información, señales encontradas y "mucho ruido"

Nuestro rol definitivamente se está redefiniendo... Hacia un "Pro-Liderazgo" con la comunidad y como periodistas dentro de la Sala de Redacción

En América Latina observamos una creciente brecha económica y de conocimiento entre los diferentes sectores sociales, aunado a deficiencias serias de gobernabilidad y de falta de responsabilidad social en el servicio público por parte de los políticos.

Los periodistas serán más “activistas”: Nuestros gobiernos se han mostrado prácticamente incompetentes para cumplir su función de resolver directamente los problemas típicos de nuestras comunidades.

Los periodistas serán más “gestores”: Los reporteros y editores ya no pueden jugar un papel reactivo o de simples espectadores frente a la noticia social.

Los periodistas serán más “promotores” del cambio: Los medios impresos también tienen el reto de encabezar su propia agenda social y poner en la mesa de discusión más temas y problemas con alternativas de solución

Los periodistas serán más “técnicos”:
En un mundo con alta dependencia
tecnológica los periodistas tienen
ahora que ser más sensibles ante las
innovaciones que se presentan para
promocionarlas entre sus
comunidades como herramientas de
desarrollo social



El lector actual quiere **conversar**



El nuevo liderazgo de opinión demanda que alguien ponga caos al desorden y a la anarquía que podrían manifestarse eventualmente en la mesa de debates.

Es por eso que los periodistas tienen el reto de ser más **promotores de negociación** y de los acuerdos para lubricar estos nuevos sistemas políticos que emanan ya de las luchas de fuerzas que se libran en este nuevo siglo

El periodista Carlos Jornet dice que si bien el periodista ve trastabillar o directamente caer su papel de mediador privilegiado entre las instancias de poder y la comunidad, puede y debe aprovechar las herramientas que brindan las nuevas tecnologías para estimular un diálogo ciudadano con potencialidad para producir cambios en las políticas públicas.

¿Y dentro de casa estamos estimulando el diálogo, la colaboración, la unificación de estilos y criterios para trabajar en equipo?

Es tiempo de actuar como líderes en
la Sala de Redacción



¿Qué es Liderazgo?

Es la habilidad para influenciar las actitudes y comportamientos de otros con el objetivo de sacar adelante las tareas y cumplir con responsabilidades, sin temores ni presiones.

Un mito en liderazgo es que el jefe tiene que ser autoritario. ¿Cuáles serían otros tres mitos según su experiencia?

Diferencia entre Liderazgo y “Jefatura” Tradicional



1.— Un jefe puede planear y organizar, pero tal vez no puede influir como un líder.



2.— Un auténtico líder es visionario. Comunica dicha visión de tal manera que compromete a los demás en ella, mantiene el rumbo aún cuando surgen obstáculos y diseña una estructura organizacional para dirigir los esfuerzos de sus empleados a concretizar dicha visión.

¿Soy un líder de consultorio
(cubículo) o de visitas a domicilio
(mesas de redacción)?

Es imperante que el editor se pasee de manera más frecuentes por su territorio. Es importante salir de la oficina o cubículo y preguntar, aclarar, dar sugerencias a la gente en sus propios dominios.

¿Soy un líder que corrige o que
ayuda al reportero a corregirse él
mismo?

Cinco minutos de "coaching"
(asesoría Uno A Uno) pueden
cambiar malos hábitos o llevar al
reportero a modificar actitudes.

Caso I: El enfoque de la nota es
confuso... ¿qué hacer?

- Pregúntele: ¿Cómo le impacta al lector tu nota?
- Pregúntele: ¿Qué dudas tendrá el lector sobre el tema que manejas?

- Pídale redactar dos entradas alternativas (así irá enfocando mejor...)
- Pídale “economizar” más su entrada (para ser más claro)

Caso II: El reportero no logra sacarle información a la fuente... ¿qué hacer?

- Que le pida a la fuente ejemplos
- Que la fuente mencione cuáles son los puntos más importantes

- Que la fuente se ponga en el lugar del lector
- Pídale al reportero hacer preguntas abiertas (“explique usted, detalle usted...”)

Caso III: La estructura de la
nota luce fría, vaga... ¿qué
hacer?

- Que le de contexto
- Exigirle citas directas
- Que utilice casos o anécdotas para ilustrar el tema

Un editor con liderazgo:

1. **Sabe Observar:** ver los detalles.
2. **Saber Escuchar :** sin prejuicios ni estereotipos
3. **Sabe Retener:** datos, nombres, casos

4. Sabe Preguntar: de manera específica
5. Sabe Justificar: dar evidencias, no sólo “dicen que tú dijiste que yo dije..”

Trabajar Uno-A-Uno con el reportero
es un reto de liderazgo situacional

Tendrá que diagnosticar y actuar en base a situaciones específicas y adaptar su comportamiento de acuerdo a las circunstancias.

El liderazgo situacional lo determina:

Su intervención en las tareas

El grado en que el líder se involucra en guiar y dirigir, dar instrucciones y definir responsabilidades. Esto implica decirle a la gente qué hacer, cómo hacerlo, cuándo hacerlo, etc.

Sus interrelaciones personales

El grado en que el líder se comunica y relaciona con un individuo o grupo. Esto incluye saber escuchar, motivar, facilitar y clarificar.

La predisposición de la gente a hacer las cosas.

El grado en que la gente tiene habilidades y determinación para trabajar. Esto incluye conocimiento, experiencia, auto-confianza, voluntad y motivación para realizar la tarea.

Dos Ideas Clave

1. Nuestra meta ideal es ganar la confianza y credibilidad de nuestros equipos de trabajo en el medio de comunicación.

2. No es solamente necesario caerle bien a la gente. No se debe confundir liderazgo sólo con carisma... aunque ésta última sí llega a ayudar.