



Sección 4

CÓMO TRANSMITIR SU MENSAJE: CONSEJOS Y HERRAMIENTAS MEDIÁTICOS



La Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito brinda una oportunidad para intensificar la concientización acerca de los desafíos que enfrentan las víctimas del delito y destacar la larga lucha para establecer los derechos de las víctimas. El tema de este año—*Desafíos nuevos. Soluciones nuevas.*—realiza un llamado a nuestra nación a que enfrente y elimine los obstáculos para lograr esos derechos. Al planear una campaña de medios amplia para su iniciativa de alcance comunitario de la NCVRW, usted puede lograr la participación de un público amplio en la iniciativa de promoción de los derechos de las víctimas.

Medios tradicionales

Para la mayoría de nosotros, “medios” se refiere a televisión, radio y periódicos—o periodismo tradicional. Si bien el panorama de las comunicaciones ha cambiado significativamente en los últimos años, estos medios siguen alcanzando y conquistando a públicos significativos. Al planear su estrategia y sus mensajes de la NCVRW, debe desarrollar y crear relaciones con reporteros, productores y editores, de modo a alcanzar al público e informarlo acerca de su campaña y eventos asociados. Si no suele trabajar con reporteros, la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito es un excelente momento para comenzar. Puede leer los periódicos locales y visitar los portales en Internet de los canales de televisión y estaciones de radio para buscar los nombres de los reporteros que se ocupan de los delitos. Busque por asunto o área de tópico para encontrar artículos de noticias o segmentos televisivos relevantes. Otro recurso es su biblioteca local, o su portal en internet o servicio de referencias en Internet, donde puede buscar los recursos de medios más recientes, tales como *Bacon’s Media Directory* (publicado por Cision), BurrellesLuce, y el directorio en línea Vocus. Confeccione una lista de reporteros y actualícela periódicamente.

Si su agencia realizará un evento de interés periodístico, ya sea para la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito o en cualquier momento durante el año, alerte a los reporteros locales telefónicamente o por correo electrónico. Describa el evento **brevemente** y ofrézcase como recurso. Tenga en mente que los reporteros suelen tener plazos estrictos y querrán saber sobre las noticias que usted tiene o conocer el ángulo de interés humano de su evento. ¿Una víctima local venció a la tragedia o encontró una manera de ayudar a otras víctimas a recuperar sus vidas? Comparta sus ideas con los reporteros y responda de inmediato si lo(a) contactan. Usted puede convertirse en la persona a la que se dirigen cuando tienen preguntas sobre la delincuencia en su comunidad.

Muestra de comunicado de prensa

Usted puede utilizar la muestra de comunicado de prensa en esta sección como guía para redactar su propio comunicado de la NCVRW, o para proveer un modelo para que sus colegas utilicen para publicitar sus eventos locales. El comunicado de prensa anuncia la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito, explica el tema, incluye citas del director de la Oficina para Víctimas del Delito e insta a su público local a que contacte a su organización para obtener información para ayudar a conmemorar la semana. Asegúrese de compartir sus comunicados y anuncios a la prensa con colegas y otros profesionales que comparten su misión o se han asociado a usted para planear eventos de la NCVRW.

Envíe su comunicado de la NCVRW a reporteros y organizaciones asociadas **al menos 10 días** antes de su evento. Asegúrese de publicar el comunicado en su página de Facebook y envíe tweets sobre el mismo a sus seguidores de Twitter. Puede utilizar el plazo de 10 días para realizar el seguimiento con reporteros y organizaciones asociadas, encontrar portavoces, responder preguntas y crear kits de medios para cada evento importante.

Introducción

Los kits de medios deben incluir la información de contacto de su organización, nombres y direcciones de correo electrónico de líderes o portavoces, y su declaración de misión o la descripción de su trabajo.

Anuncios de servicio público

Su DVD incluye tres anuncios de servicio público televisivos [public service announcements (PSAs)] producidos profesionalmente que usted puede utilizar para educar a su comunidad sobre la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito. Los PSAs tratan los temas del abuso sexual infantil, la trata de personas y el fraude financiero contra personas de edad avanzada. Muchos centros de distribución de medios ofrecen emisiones gratuitas para PSAs para publicitar eventos de interés para la comunidad. Mire los PSAs en su DVD, y envíelos a canales de televisión locales para que los emitan durante la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito.

Para aumentar la probabilidad de que sus medios locales emitan su PSA, comuníquese con ellos **al menos dos meses** antes de la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito (principios de febrero, a más tardar). Hable con los productores de noticias y misiones, explique por qué la semana es tan importante, y mencione que usted ya ha preparado PSAs listos para emitir. Al enviar su guión o PSA a sus canales de televisión locales, incluya una carta de presentación con su información de contacto y los motivos por los cuales la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito es importante para su comunidad.

Muestra de carta al Editor

Debido a que las páginas editoriales del periódico son muy populares entre los lectores, las cartas al editor son una herramienta excelente para crear concientización sobre la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito. En general, los periódicos publican cartas que responden a artículos o eventos noticiosos anteriores en la comunidad. Su carta puede citar un artículo reciente

sobre un delito o tendencia delictiva específicos. La carta puede poner en evidencia a las víctimas y destacar las razones para la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito. Alternativamente, puede pedirle a un agente de las fuerzas del orden público u otro funcionario de la justicia penal que escriba una carta sobre el impacto de la delincuencia en las víctimas y cite las razones para la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito. Los periódicos suelen publicar dichas cartas como cortesía a las autoridades públicas.

Muestra de columna de opinión

Al buscar los nombres de sus reporteros de delitos locales, puede confeccionar una lista de los delitos que afectan a su comunidad y los artículos publicados en su periódico local o emitidos en sus noticieros locales. Piense en las víctimas que conoce cuyas vidas han sido cambiadas por estos delitos. ¿Las pandillas se han aprovechado de adolescentes en su comunidad? ¿Hay personas de la tercera edad a las que estafadores han robado los ahorros de toda una vida? ¿Ha aumentado la violencia doméstica durante esta época de dificultades financieras? Fíjese en los editoriales de su periódico, lea las directrices para presentar una opinión editorial y prepare un artículo que relacione las recientes tendencias delictivas con la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito. También puede comunicarse con alguien que conozca en el periódico, explicarle la importancia de la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito, y preguntarle cómo maximizar las probabilidades de que su artículo de opinión sea publicado.

¡Nuevo! Cómo crear una campaña de medios sociales

Los medios sociales se utilizan cada vez más en el mundo de las comunicaciones y ofrecen otro método más de transmitir su mensaje a una amplia variedad de públicos. Le puede convenir registrarse en Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube y otros medios similares que aumentan su capacidad de reforzar sus mensajes. Muchas agen-

cias públicas y organizaciones sin fines de lucro están presentes en los medios sociales y recién comienzan a comprender los beneficios de tener cuentas en los mismos que pueden “extenderse como un virus” haciendo clic en un botón. Los reporteros y el público en general suelen buscar en Internet información y recursos, y vale la pena invertir tiempo en aprender cómo comunicarse efectivamente de esta manera. Sean cuales fueren los objetivos de su organización—crear conciencia pública, alcanzar a las víctimas, atraer donantes o conseguir miembros—los medios sociales pueden complementar su alcance mediático tradicional y ayudarlo a alcanzarlos. Esta sección incluye algunos puntos básicos sobre los medios sociales que le ayudarán a ponerse en marcha y le servirán de orientación para el uso de estas herramientas tan eficaces.

Muestras de actualizaciones de estado en los medios sociales

Esta sección incluye actualizaciones de estado que usted puede publicar en Facebook, Twitter y otros medios sociales durante la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito y durante el mes de abril entero. Cada actualización es un punto breve de información relacionado con la victimización, el delito o la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito. Todas las actualizaciones de Twitter se limitan a 140 caracteres para que no necesite editarlas antes de publicarlas. También puede sustituir algunas actualizaciones de estado sobre sus eventos locales de la NCVRW y pedirles a sus seguidores que las publiquen en sus páginas de Facebook o las vuelvan a twittear para publicidad y participación comunitaria máximas.

Otros consejos para la comunicación a la comunidad

- Planee una estrategia integral que incluya los medios tradicionales, los medios sociales, declaraciones y cartas de autoridades públicas a las que le haya pedido que hablen, y una serie de

mensajes clave que usted quiere que sus públicos comprendan.

- Comuníquese con editores, productores o gerentes de estaciones por teléfono, correo electrónico o correo postal **dos meses antes** de la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito.
- Pídale a sus autoridades locales que emitan proclamaciones de la NCVRW, escriban cartas al editor y artículos de opinión, hablen en sus eventos y mencionen la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito al realizar sus tareas oficiales. Agradézcales por sus aportes, publique actualizaciones en Facebook y tweets sobre ellas, y promuévalas en sus comunicados de prensa y materiales de extensión comunitaria.
- Después de sus eventos de la NCVRW, envíe imágenes en video de alta calidad, fotos o imágenes digitales de alta resolución a sus canales de televisión o periódicos locales (con su información de contacto y número de teléfono celular, si fuera posible). Si necesitan ocupar algunos minutos en sus emisiones o en sus páginas de noticias, podrán utilizar su video o sus fotos.

¡Nuevo! Cómo abogar por las víctimas en los medios

La comunicación de su mensaje requiere trabajar de manera eficiente con los reporteros mientras aboga por las necesidades de las víctimas. Los reporteros deben recabar información rápidamente para cumplir con los plazos, y pueden no estar en conocimiento de las mejores maneras de abordar a las víctimas del delito. Las víctimas que acepten hablar con los reporteros pueden necesitar información y apoyo para las entrevistas. Los defensores de víctimas pueden tener un papel clave en ayudar a los reporteros a obtener información crucial, sin dejar de tratar a las víctimas de manera sensible. Esta sección incluye consejos para ayudar a los reporteros y a las víctimas a cumplir con estas prioridades. ★

Muestra de comunicado de prensa

Nota: La finalidad de un comunicado de prensa es generar la cobertura mediática de sus eventos locales de la NCVRW. La muestra de comunicado de prensa a continuación comienza por anunciar una ceremonia de inauguración típica de la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito. Usted puede editar el titular y los primeros dos párrafos de modo a destacar lo que está ocurriendo en su área.

PARA DIVULGACIÓN INMEDIATA

[Fecha]

CONTACTO:

[Nombre/Cargo/Agencia]

[Número de teléfono]

[Correo electrónico]

[Su ciudad] homenajeará a las víctimas del delito y sus defensores en el evento inaugural de la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito

[Ciudad, Estado]—[Su ciudad] inaugurará la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito de 2013 (21-27 de abril) con una ceremonia en homenaje a [nombre, cargo, y nombre, cargo]—defensores locales de los derechos de las víctimas de la delincuencia. El tema de este año—*Desafíos nuevos. Soluciones nuevas.*—celebra el espíritu que promoverá el progreso logrado por estos héroes.

[Los líderes homenajeados en la ceremonia inaugural] han logrado progresos notables para las víctimas del delito, a pesar de los muchos desafíos. Hace apenas 30 años, las víctimas del delito no tenían derechos, acceso a compensación para víctimas del delito o servicios que las ayudaran a reconstruir sus vidas. Solían ser excluidas de los tribunales, tratadas como una ocurrencia tardía por el sistema de justicia penal y se les negaba la oportunidad de hablar en el momento de la emisión de la sentencia.

Sin embargo, después de décadas de abogacía y trabajo arduo, hemos recorrido un largo camino. Actualmente, todos los estados ya han promulgado leyes de derechos de las víctimas y establecido fondos de compensación para víctimas del delito. Más de 10,000 agencias de servicios para víctimas en todo el país prestan asistencia a las víctimas. Cada año, los estados y las localidades reciben millones de dólares federales para apoyo a estos servicios.

Sin embargo, la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito nos recuerda que aun quedan muchos desafíos a ser vencidos. Los derechos de las víctimas del delito no son universales y suelen no ser tenidos en cuenta. Solo un pequeño porcentaje de las víctimas recibe compensación para víctimas del delito, la cual está limitada, en general, a las víctimas de delitos violentos. De acuerdo con la Encuesta Nacional de la Victimización por Delincuencia del año pasado, más del 50 por ciento de los delitos violentos no fueron reportados a la policía en 2006-2010. Además, un informe de 2011 denominado *Uso de agencias de servicios para víctimas de delitos violentos y graves* indicó que solo el 9 por ciento de las víctimas de delitos violentos recibió los servicios necesarios en el periodo 1993 a 2009.

Los defensores también enfrentan una variedad de desafíos en su empeño por brindar servicios culturalmente competentes a poblaciones cada vez más diversificadas (por ejemplo, personas de la tercera edad, adolescentes, poblaciones inmigrantes) y víctimas de delitos actualmente predominantes (o sea, el acoso tecnológico y asociado a la trata y el robo de identidad). A medida que disminuyen las fuentes de financiación, los proveedores deben centrar sus servicios de forma aun más estratégica.

“*Desafíos nuevos. Soluciones nuevas.* captura nuestra misión en el Siglo XXI”, dijo Joye E. Frost, Directora Interina, Oficina para Víctimas del Delito [Office for Victims of Crime (OVC)], Departamento de Justicia de EE.UU. “Como refleja la iniciativa de planificación estratégica principal de la OVC, Visión 21: la transformación de los servicios para víctimas, debemos crear una nueva visión para alcanzar a todas las víctimas de la delincuencia. Solo podemos lograr este ampliando sustancialmente nuestra manera de pensar, planificando estratégicamente nuestro futuro y expandiendo creativamente nuestros recursos y herramientas”.

Se conmemorará la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito del 21 al 27 de abril en comunidades de todo el país. En Washington, D.C., el Departamento de Justicia de EE.UU. realizará la ceremonia de entrega de los Premios de Servicio anuales de la OVC ese mes para homenajear a las personas y los programas sobresalientes que prestan servicios a víctimas del delito. [Su ciudad/condado/estado] también conmemorará la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito con eventos y programas especiales, incluidos [enumerar ejemplos y adjunte al comunicado de prensa un resumen de los eventos principales].

La OVC incentiva la participación amplia en los eventos de la semana, así como en otras conmemoraciones asociadas a las víctimas a lo largo del año. Para obtener información adicional sobre la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito de 2013 y cómo ayudar a las víctimas en su comunidad, por favor, comuníquese con [agencia/organización] en [código de área/número de teléfono], o visite [portal de la agencia en Internet] en [dirección del portal en Internet]. Para obtener más ideas sobre cómo ofrecerse para ayudar a las víctimas del delito, visite el portal en Internet de la Oficina para Víctimas del Delito, www.ovc.gov.

####

[La Declaración de Misión de su organización]

El DVD de la Guía de recursos de la NCVRW contiene tres anuncios de servicio público [public service announcements (PSAs)] de 30 segundos, para emisión televisiva y publicación en Internet, sobre los temas destacados en los afiches de concientización: abuso sexual infantil, trata de personas y fraude contra personas de edad avanzada.

Guión para el PSA de “Abuso sexual infantil” (30 segundos)

Es difícil hablar sobre el abuso sexual infantil. La mayoría de los niños no lo harán. Por eso, nosotros debemos hacerlo.

Si sospecha que un niño es víctima de abuso sexual, entérese de cómo puede ayudar.

Llame las 24 horas a la línea directa Childhelp 1-800-4-A-CHILD.

O sea, 1-800-422-4453.

Guión para el PSA de “Trata de personas” (30 segundos)

Todos los días en los Estados Unidos, se trafican niños para sexo...en escuelas... shopping centers... paradas de camiones... clubes y bares.

¿Cree que no puede suceder en su vecindario?

Piense nuevamente.

Si sospecha que un niño está siendo traficado para sexo, llame las 24 horas a la Línea Directa del Centro Nacional de Recursos Asociados a la Trata de Personas al 1-888-3737-888.

¿QUÉ SON LOS PSAS Y CÓMO LOS USO?

Los PSAs (anuncios de servicio público) son mensajes cortos entregados a estaciones de radio o canales de televisión para que los emitan sin costo para la organización que se los entregó. Pueden producirse en película, cinta de video, DVD, CD o cinta de audio, o como un archivo de computadora.

¿Qué debo hacer para que sean emitidos?

En primer lugar, comuníquese con sus estaciones de radio o canales de televisión locales para preguntar sobre sus políticas para la emisión de PSAs y sus directrices para la presentación. La Comisión Federal de Comunicación exige que los medios emisores (radio y televisión) sirvan al interés público. La mayoría de los canales y estaciones donan alrededor de un tercio de su spots comerciales a causas no comerciales; en otras palabras, si un canal o una estación tiene 18 minutos de comerciales en una hora dada, probablemente se dedicarán seis de esos minutos a PSAs.

Pregunte, también, quién está a cargo de seleccionar qué PSAs se emitirán. Esa persona podría ser:

- el director de asuntos públicos
- el director de tráfico
- el director de programas
- el gerente de promoción, o
- el gerente de estación/canal.

Una vez que se haya comunicado con los canales/las estaciones, avíseles que les enviará un PSA para emisión. Incluya información sobre su organización en el envío, tal como una carta de presentación y un panfleto. Llame cinco días más tarde para preguntar si se recibió el PSA y cuándo se emitirá el mismo. *Haga un seguimiento cada dos semanas si tiene dificultad para comunicarse con el gerente del canal/de la estación. La persistencia es clave.*

Acceso comunitario y la televisión pública

Muchas ciudades tienen estaciones de cable locales (a veces denominadas acceso comunitario) y estaciones pertenecientes a universidades y ‘colleges’. Busque el nombre del gerente del canal/de la estación y siga el mismo procedimiento mencionado anteriormente.

Su portal en Internet

También puede cargar los PSAs a su portal en Internet y utilizar iniciativas de alcance comunitario adicionales (por ejemplo, comunicado de prensa, actualizaciones de estado en redes sociales) para atraer a los visitantes a su portal.

Guión para el PSA de “Fraude financiero contra personas de edad avanzada”

(30 segundos)

Todos los días familiares...cuidadores... y profesionales de confianza les roban millones de dólares a personas de edad avanzada confiadas.

Si tiene sospechas de explotación financiera, llame al Localizador Eldercare al 1-800-677-1116.

o visite la Asociación Nacional de Servicios de Protección para Adultos para recibir ayuda en su área.



Los periódicos suelen imprimir cartas en respuesta a artículos noticiosos o de opinión anteriores. Al escribir una carta al editor, usted puede vincular a la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito con un tema actual local, estatal o nacional para demostrar por qué les deben importar a los lectores los derechos de las víctimas del delito. La siguiente muestra de carta cita un artículo noticioso sobre un homicidio, explora el impacto del delito en la familia de la víctima y la comunidad, y relaciona el delito con la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito. Usted puede concentrar su carta en un delito o tendencia específicos cubiertos por el periódico, o puede pedirle a un funcionario de la justicia penal local, tal como su fiscal de distrito o secretario de justicia de su estado, que escriba una carta que explique la importancia de la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito desde su perspectiva.

Antes de redactar su carta, verifique las directrices de presentación de su periódico. Las cartas al editor deben ser breves—no más de 250 o 300 palabras. Comience por citar el artículo al que está respondiendo y luego mencione su argumento principal. Escriba dos o tres párrafos breves en apoyo a su argumento, y termine su carta con una declaración de cierre. Al presentar la carta, incluya su información de contacto completa (nombre, dirección, dirección de correo electrónico y números de teléfono), de modo que el periódico pueda contactarlo si decide publicar su carta. Si el periódico no publica su carta, puede presentarla a una organización local que publique un boletín informativo, o puede publicarla en su portal en Internet. También puede publicar enlaces a la carta en su página de Facebook, en Twitter y en otros medios sociales. ★



“La muerte trágica de un bebé” destaca el costo de la delincuencia

El artículo sobre la muerte de un bebé de dos años debido a una bala perdida la semana pasada, “La muerte trágica de un bebé” (25/03), destaca el costo de la delincuencia para las familias y comunidades. Si un niño que duerme sobre el sofá de su abuela no está a salvo de las balas, ¿cómo puede alguien en nuestra ciudad dormir de noche?

El niño (cuyo nombre no fue divulgado por la policía) falleció cuando un pistolero roció al hogar de su familia con balas. El asesino se ha fugado, los vecinos temen dejar sus hogares y la familia del niño—a la que se describió como “gente muy amable que se ocupa de sus hijos”—nunca será igual. Ocurrieron tragedias similares el año pasado en Minneapolis, Minnesota y Youngstown, Ohio, y hace varios años en Washington, DC.

En *Proteja a los niños, y no a las armas de fuego de 2012*, el Fondo de Defensa Infantil informó que más de 116,000 niños y adolescentes en nuestro país han fallecido debido a la violencia con armas de fuego desde 1979. Es más del doble de la cantidad de efectivos militares de EE.UU. muertos en Vietnam y casi 20 veces más que la cantidad de muertes de militares estadounidenses en Irak y Afganistán. Las familias y comunidades de estas y futuras víctimas merecen nuestra ayuda y nuestro apoyo.

El homenajear y brindar apoyo a todas las víctimas del delito es la finalidad de la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito que se conmemorará este año del 21 al 27 de abril. Al realizarse esta conmemoración en nuestra comunidad, es necesario que recordemos la muerte de este niño local. Debemos preguntar cómo podemos brindarle apoyo a esta familia y proteger a todos nuestros niños. Debemos preguntar qué derechos, servicios y recursos están disponibles a todas las víctimas y sus familias—y dónde presentan deficiencias.

Y, al inscribir el nombre de este niño en la pared memorial de homicidios el 21 de abril, tomemos la determinación de prevenir este tipo de tragedia en el futuro y asegurar que todas las víctimas del delito de nuestra ciudad obtengan el apoyo que merecen.

[Su nombre, cargo]

[Su organización]

[Su ciudad, estado]

Lo que usted no sabe sobre el robo de identidad...y puede perjudicarlo

El año pasado en Filadelfia, una persona que se hizo pasar por el multimillonario Paul Allen solicitó un cambio de dirección en una de las cuentas bancarias de Allen. Tres días después, el impostor llamó nuevamente al banco, alegó que había perdido su tarjeta de débito y pidió que se le enviara otra tarjeta a una dirección nueva. Luego, el impostor utilizó la tarjeta para intentar una transacción de 15,000 dólares a través de Western Union, haciendo de Allen una víctima del robo de identidad.

El calvario de Allen terminó bien. El banco detectó el fraude y lo denunció a las fuerzas del orden público. Allen no perdió un centavo. Sin embargo, muchos casos de robo de identidad no acaban tan bien.

El impacto del robo y fraude de identidad es asombroso. En 2010, se les robaron a más de ocho millones de ciudadanos estadounidenses sus datos personales para uso en delitos financieros, de acuerdo con el Informe de la Encuesta de Fraude de Identidad de 2011 de Javelin Strategy and Research. Y, en un periodo anterior de dos años, se estima que 11.7 millones de personas (el cinco por ciento de la población adulta de EE.UU.) fueron víctimas, con un impacto financiero total de 17.3 mil millones de dólares, de acuerdo con Víctimas del Robo de Identidad de 2008 del Buró de Estadísticas Judiciales de EE.UU.

Estas estadísticas no llegan a describir la frustración y la ansiedad sufridas por las víctimas de estos delitos. Las víctimas pueden pasar días, semanas o hasta años reclamando sus recursos, esquivando a acreedores, limpiando su historial de crédito y defendiéndose de enjuiciamientos o demandas por delitos cometidos por los ladrones. Al menos 2 de cada 10 participantes en la encuesta BJS describieron su victimización como siendo “intensamente angustiante”, habiendo causado problemas con sus empleos, trabajo escolar o relaciones.

Si bien el tipo más común de robo de identidad está asociado al fraude de tarjeta de crédito, los ladrones son cada vez más astutos respecto de los métodos que utilizan para robar identidades. Suelen obtener acceso a las cuentas de teléfono, servicios públicos o seguros de las víctimas para robar servicios, o buscan información financiera personal que les permita comprar o alquilar inmuebles, vender la vivienda de la víctima, acceder a beneficios laborales, recibir atención médica o, incluso, identificar a la víctima como actora de un delito cometido por el ladrón. Las variaciones recientes de estos delitos, de acuerdo con *Informes al Consumidor [Consumer Reports]*, incluyen ofrecimientos en Internet para eliminar virus, los que seducen a las víctimas a autorizar la eliminación de un virus que no tienen; la aplicación “antivirus” luego instalada en la computadora de las víctimas roba sus contraseñas e información personal. Otros tipos de estafa incluyen la publicación de encuestas fraudulentas de Facebook y ofrecimientos para “trabajar en casa” que llevan a las personas a brindar información personal por medio del engaño; la presentación de declaraciones de impuestos falsas en nombre de la víctima y la cobranza de cheques de reintegro (a un costo de 5 mil millones de dólares en 2012); y el robo de números de Seguro Social de niños y personas fallecidas para abrir cuentas de tarjeta de crédito, realizar compras por valores altos y dejar a familias desprevenidas con la deuda resultante. En un caso citado por la Comisión Federal de Comercio, ocho personas diferentes utilizaron el número de Seguro Social de una niña de 17 años de edad para contraer una deuda de 725,000 dólares. La carga de prevenir y recuperarse del robo de identidad recae casi que enteramente en los consumidores. Sin embargo, si usted cuenta con la información correcta, puede reducir su riesgo de convertirse en víctima. También puede incrementar sus probabilidades de recuperarse rápidamente si es víctima de este tipo de delito. Para prevenir el robo de identidad, los expertos sugieren comprar una trituradora de papel con corte transversal y deshacerse de documentos que incluyan información personal; examinar en Internet las cuentas de banco y tarjetas de crédito frecuentemente en busca de extracciones no autorizadas o cargos (y cambiar las contraseñas en esas cuentas con frecuencia); salvaguardar los números de Seguro Social, partidas de nacimiento, pasaportes, cheques y talones de depósito; y revisar los informes de crédito periódicamente.

Si es objeto de este tipo de delito, necesita saber que tiene derechos legales. Usted tiene derecho a:

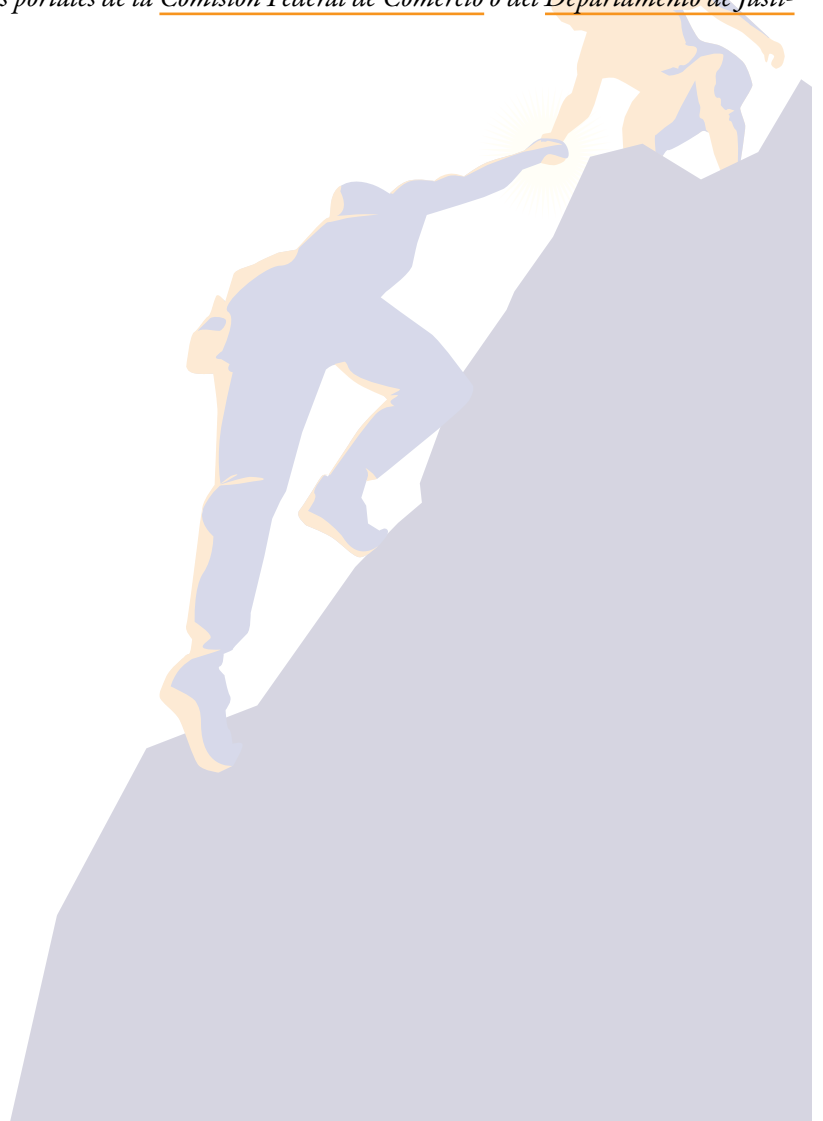
- Solicitar copias gratis de sus informes de crédito de tres agencias de informes de crédito—Equifax, Experian y Transunion—para verificar si constan cuentas recién abiertas, préstamos u otras actividades inusuales;
- Solicitar alertas de fraude (durante 90 días o alertas prolongadas por hasta siete años) en informes de crédito para alertar a los prestamistas de que deben verificar las identidades de los solicitantes antes de emitir créditos o abrir cuentas;

- Congelar sus registros de crédito (en ciertos estados), evitando que acreedores, aseguradoras o empleadores obtengan acceso a sus informes de crédito;
- Obtener de acreedores registros asociados a casos de robo de identidad;
- Obtener registros de cobradores de deudas (que indiquen quién es el acreedor original y la suma de la deuda);
- Disputar registros fraudulentos en informes de crédito;
- Solicitar que las agencias de informes de crédito bloqueen información de sus archivos;
- Estar libre de responsabilidad (por más de 50 dólares) por compras fraudulentas realizadas por un ladrón de identidad, siempre y cuando se denuncie el delito en tiempo hábil. Sin embargo, pueden surgir problemas para ejercer este derecho si usted no tiene conocimiento del robo por un tiempo prolongado.

Si bien no es fácil ejercer estos derechos, y usted puede necesitar la ayuda de un abogado, tiene mayores probabilidades de recuperarse rápidamente del robo de identidad si conoce sus derechos.

El ayudar a las víctimas a comprender todos sus derechos es la finalidad de la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito, del 21 al 27 de abril de 2013. Conozca más sobre la semana, y sobre los derechos de las víctimas del delito, en www.ovc.gov.

Para más información sobre el robo de identidad, visite los portales de la [Comisión Federal de Comercio](#) o del [Departamento de Justicia](#) en Internet.



Los medios sociales ofrecen herramientas poderosas para ayudarle a alcanzar todos sus objetivos de alcance comunitario. Puede utilizar Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, WordPress o Blogger, LinkedIn y varios otros foros de medios sociales para publicitar eventos, compartir información, conseguir voluntarios, recaudar fondos y tener acceso instantáneo a comunidades que comparten sus objetivos e intereses. Prácticamente el 90 por ciento de las organizaciones sin fines de lucro utilizan actualmente alguna forma de medio social, facilitándole a usted el acceso vía Internet a comunidades cuya participación desea.

Sus estrategias de medios sociales para la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito dependerán de los objetivos de comunicación generales de su organización, las plataformas que utiliza actualmente, los conocimientos de su personal y la cantidad de tiempo y recursos que usted puede invertir en construir y mantener su presencia en Internet. Su campaña debe utilizar los medios sociales para complementar, en lugar de sustituir, su portal en Internet y sus métodos tradicionales de alcance comunitario. No se pierda las ventajas ofrecidas por estas herramientas fantásticas para optimizar su alcance comunitario asociado a la NCVRW.

Plataformas de medios sociales

Las piezas clave de su campaña son las plataformas de medios sociales disponibles actualmente sin cargo o por un costo muy bajo. Al desarrollar sus estrategias e identificar sus objetivos de comunicación, necesita conocer los principales detalles de los diversos medios sociales, la inversión que requieren y las capacidades que ofrecen para su organización. Entre las herramientas más importantes se encuentran las siguientes:

Facebook

Sean cuales fueran sus objetivos o público deseado, usted tiene grandes probabilidades de alcanzarlos en Facebook. Debido a que Facebook alega tener más de

845 millones de usuarios activos, le convendría comenzar por esta herramienta, especialmente si tiene tiempo disponible para mantener una sola plataforma de medios. Más del 90 por ciento de los usuarios de Internet adultos de EE.UU. están en Facebook, de acuerdo con un [estudio de BlogHer de 2011](#); otro estudio, realizado por Comscore, indica que, en 2011, los usuarios dedicaron 1 de cada 8 minutos en línea a compartir contenido y realizar contactos en el portal.

Las páginas comerciales de Facebook deben contener un enlace al perfil personal de una persona designada que crea la página comercial o de “fans”. Para instrucciones sobre cómo completar el proceso, visite [la página de instrucciones para la inscripción en Facebook](#). Una vez que se haya inscrito y haya establecido su URL [Localizador Uniforme de Recursos (Uniform Resource Locator)], puede comenzar a publicar contenido que desee compartir, visitar las páginas de Facebook de organizaciones de su campo, marcarlas como “me gusta”, y tal vez enviar mensajes o (donde se permita) publicar en sus páginas de Facebook, así como en las de sus fans (personas a las que “les gusta”). Puede publicar fotos, videos, contenido de la compañía, invitaciones a eventos próximos y enlaces a su portal en Internet. También puede unirse a grupos pertinentes a sus principales intereses. Para crear su comunidad en Facebook, usted contacta a organizaciones y grupos con las que desea relacionarse, publica en sus páginas de Facebook, si le está permitido, o les envía mensajes. Con algunos grupos, es posible que necesite enviarles mensajes de correo electrónico para invitarlos a hacer clic en “Me gusta” en la página de Facebook y convertirse en un fan. El diálogo resultante ayudará a brindar apoyo y darle forma a su estrategia asociada de Facebook.

Twitter

Twitter es un “microblog”, una red para compartir información que consiste en mensajes de 140 caracteres llamados ‘tweets’. Es una manera fácil de enterarse de las noticias más recientes asociadas a los temas que le interesan. Twitter ofrece comunicación instantánea con

una comunidad en línea. Una vez que haya creado su propia cuenta, debe elegir un indicador (URL) de Twitter que otros “Tweets” reconocerán (con frecuencia, el nombre o apodo de su empresa). Luego, podrá utilizar Twitter para establecer conexiones instantáneas con otras personas en su ramo o campo de interés, y seguir un flujo estable de ideas, contenidos, enlaces y recursos.

Debido a que los usuarios de Twitter se consideran una red de apoyo, es especialmente importante comenzar a utilizar la plataforma siguiendo a otras personas y observando lo que tienen para decir. Resulta útil realizar una búsqueda con el nombre de su organización para enterarse de lo que se dice de usted, y realizar búsquedas de tópicos y organizaciones que le interesan. Después de crear su cuenta, puede comenzar a seguir a terceros, siguiendo a sus seguidores, retweeteando sus tweets, y promoviéndolos a su público. Encontrará, de esta forma, maneras de intervenir en una conversación y promover su evento, proyecto o política. Aprenda cómo utilizar las listas FollowFriday (#FF) que recomienda a terceros que lo sigan a usted, y reclutar terceros al publicar en sus plataformas (como su página de Facebook) que se ha inscrito en Twitter, e incluir un enlace a su página de Twitter. Una vez que las personas empiecen a seguirlo, puede pedir ser retweeteado e incluir en su solicitud de retweeteo enlaces a su portal en Internet y a otros medios sociales. Asegúrese de responder de inmediato a los tweets de otras personas y menciones de su organización. Estará, entonces, encaminándose hacia la promoción de los objetivos de su organización.

YouTube

YouTube, una plataforma de videos, es el segundo portal más visitado en Internet, de acuerdo con un informe de Google de 2011. Necesitará una grabadora de video digital, una webcam o una cámara digital o teléfono celular con capacidad para video, así como alguien que sepa cómo usar dichas herramientas. Para comenzar, cree un canal de YouTube para su organización, el que estará vinculado a todas las demás cuentas de Google que

tenga. Elija un nombre que esté de acuerdo con su marca, y publique el URL de su canal en su página de Facebook y otros perfiles de red social. También puede solicitar una cuenta de YouTube específica para organizaciones sin fines de lucro que le brinda más características, tales como la capacidad de agregar “pregunta” [“asks”] clicables encima de los videos y subir videos más largos.

Si decide utilizar YouTube, se sugiere que comience por publicar un video sobre su trabajo, presentando a los miembros de su equipo y sus historias de éxito. Puede utilizar YouTube para subir grabaciones de presentaciones que haya realizado, compartir diapositivas de presentaciones, y compartir videos de entrevistas con expertos o con miembros de su organización que puedan ofrecer consejos asociados a su actividad. Publique enlaces a estos videos (o los videos en sí) en su página de Facebook, y tweetee al respecto. Puede relacionarse con la comunidad de YouTube publicando comentarios y hasta subir respuestas en video a los videos de otras organizaciones. Antes, durante y después de la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito, los usuarios de YouTube publican videos estupendos sobre los derechos de las víctimas del delito, que usted puede publicar y compartir en todas sus redes de medios sociales.

Instagram

Instagram es un portal muy popular para compartir fotografías que le permite subir y compartir fotografías con su red en Internet. Al contrario de portales como Flickr y Picasa, Instagram permite que los usuarios apliquen filtros y otros efectos para brindarles a sus fotos vivacidad especial o un aspecto envejecido. Una vez que haya creado una cuenta de Instagram, puede sacar fotos en sus eventos de la NCVRW con sus dispositivos móviles y brindarles a sus seguidores un vistazo antes de publicarlas en su portal. Usted puede ampliar el público para sus fotos “etiquetándolas” con palabras clave para identificarlas u organizarlas en Instagram. Si una persona en su organización realiza una presentación asociada a la NCVRW, puede sacar una foto y publicarla en Instagram

y Facebook y twittear al respecto en Twitter. Tendrá la oportunidad de ampliar su público y su publicidad de la NCVRW.

WordPress o Blogger

Si le interesa compartir comunicaciones más profundas con su comunidad, se sugiere que considere iniciar un blog (o weblog). [WordPress](#) y [Blogger](#) son dos plataformas excelentes para alojar su blog. Para mantener el interés de su público, publique al menos una o dos veces a la semana y asegúrese de crear un enlace en su blog en sus páginas de Facebook y Twitter, y viceversa. Si no tiene tiempo para un blog, siempre puede publicar declaraciones e información en su portal en Internet, especialmente durante la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito.

LinkedIn

Usted puede utilizar LinkedIn, una red profesional en Internet, para conectarse a cualquiera de los 3.6 millones de profesionales sin fines de lucro y 101,000 organizaciones sin fines de lucro que el portal alega tener como miembros; la compañía alega tener 3,000 usuarios diariamente. LinkedIn les ofrece a organizaciones, así como a personas, la oportunidad de crear perfiles y establecer contactos con terceros, compartir información, hacer preguntas, participar en debates y promover eventos y causas. Los usuarios de LinkedIn crean una presencia invitando a terceros a unirse a sus redes y uniéndose a grupos de LinkedIn (tales como el grupo de [“Medios sociales para organizaciones sin fines de lucro”](#)). Primero, visite [LinkedIn](#), haga clic en “Compañías”, seleccione “Agregar compañía” y luego siga las instrucciones de la ayuda automática para configuración para crear un perfil para su compañía. Concéntrese en palabras clave de su declaración de misión o cualquier dato que desee incluir. Luego, podrá realizar búsquedas de otros profesionales y organizaciones de su ramo en el portal, invitarlos a conectarse a usted, seguirlos, enviar mensajes, hacer preguntas y

unirse a grupos (los puede buscar por su nombre y área temática. Comience por compartir información y hacer preguntas; asegúrese de aprender y respetar las normas de etiqueta de LinkedIn y responda siempre rápidamente a invitaciones para conectarse. Puede actualizar su perfil periódicamente y organizar su configuración de manera que sus conexiones vean cada cambio realizado. Después de varios meses en LinkedIn, estará listo para compartir información e invitar a sus eventos de la NCVRW.

Elaboración de un plan

Antes de zambullirse en los medios sociales, reúnase con su personal para desarrollar un plan de medios sociales **realista**. Se sorprenderá con el tiempo requerido para lanzar y mantener una presencia fuerte en los medios sociales. Medios sociales para el bien social: una guía para organizaciones sin fines de lucro [[Social Media for Social Good: A How-to-Guide for Nonprofits!](#)] señala que organizaciones sin fines de lucro grandes con un exitoso alcance comunitario en los medios sociales dedican una media de 15 horas a Facebook, Twitter y YouTube; 5 horas a portales de fotografías; y 10 horas a sus blogs cada semana. Si bien estos tiempos son probablemente poco realistas para organizaciones más pequeñas, debe planear dedicarle al menos dos horas por semana a Facebook, por ejemplo, si elige ese medio, y publicar al menos dos veces a la semana.

También debe aclarar sus objetivos en el uso de los medios sociales. ¿Qué desea lograr? ¿Cómo sabrá si tiene éxito? ¿Qué públicos desea alcanzar? ¿Qué desea que sepan o hagan? Sus objetivos generales y asociados a la NCVRW para los medios sociales deben ser específicos (por ejemplo, alcanzar a 200 usuarios de Facebook locales con mensajes sobre la NCVRW, invitar a cinco grupos nuevos a sus eventos de la NCVRW). Los mismos deben ser mensurables, logrables, importantes para su organización y especificar plazos. Por ejemplo, en un periodo de dos meses, desearía obtener 200 fans de Facebook locales para su organización y lograr que envíen a alguien a un evento de la NCVRW. Piense cómo realizará

un seguimiento con estos fans a lo largo del año. Luego, elija la herramienta de medios sociales más apta para sus objetivos, designe a miembros del personal adecuados para la gestión de estos medios, y cree una política de medios sociales equilibrada. Luego, ¡podrá arrojarse de lleno!

Si decide utilizar medios sociales, debe recordar que estas herramientas son vehículos de comunicación en dos direcciones para compartir información y brindar apoyo a los usuarios, y no un tablero de anuncios de una sola dirección para promover su organización. En Twitter, en particular, los expertos sugieren tweetear o retweetear al menos 10 veces por cada tweet dedicado estrictamente a los objetivos de su organización. Asimismo, la calidad del contenido que publica es la clave para su éxito. Las organizaciones con campañas de medios sociales exitosas se concentran en brindar contenido que sea nuevo y valioso para sus visitantes. Al publicar contenido excelente, compartir generosamente y responder rápidamente en todas sus plataformas, creará la comunidad y la reputación que desea lograr.

Nota: El Centro Nacional para Víctimas del Delito le invita a publicar fotografías e información sobre la NCVRW en nuestro muro de Facebook, www.facebook.com/ncvcfan, durante abril de 2013. Si está en Twitter, síganos en [@CrimeVictimsOrg](https://twitter.com/CrimeVictimsOrg). Nos complacerá retweetear sus mensajes y compartir información sobre sus eventos u otras iniciativas de alcance comunitario, y lo(a) instamos a que haga lo mismo. ★



Muestras de actualizaciones de estado en los medios sociales

A continuación, encontrará actualizaciones de estado que puede publicar en Facebook y Twitter durante abril de 2013 para promover la concientización acerca de los derechos de las víctimas. Cada actualización de estado es un punto breve de información acerca de la victimización, el delito o la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito. Las actualizaciones de Twitter tienen todas 140 caracteres o menos y están listas para usar. Usted puede utilizar estas actualizaciones en cualquier fecha que elija, y también puede redactar sus propias actualizaciones de estado (vea el recuadro lateral), especialmente para alertar a su público sobre sus eventos locales.

Actualizaciones de estado en Facebook

A continuación, encontrará una lista de actualizaciones de estado para usar en publicaciones en Facebook. En sus publicaciones, también puede incluir fotos o gráficos relacionados (por ejemplo, el logotipo de la NCVRW), así como las respuestas de sus fans.

- La Semana Nacional de los Derechos de Víctimas comienza el 21 de abril. Visite www.ovc.gov para más información sobre recursos y eventos.
- Encuentre maneras de interactuar y conectarse durante la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito en su comunidad en www.navaa.org/cap/previous.html.
- Para directorios de recursos locales para víctimas en todo el país, visite el [Directorio de Servicios para Víctimas del Delito](#) en la Oficina para Víctimas del Delito, Departamento de Justicia de EE.UU., y [Connect Directory](#) en el Centro Nacional para Víctimas del Delito.
- Comparta fotos y anuncios sobre su planificación y eventos de la NCVRW en www.facebook.com/ncvcfan. El Centro Nacional compartirá sus publicaciones en Facebook y otros medios sociales durante abril.
- ¿Busca recursos para víctimas del delito con discapacidades? Visite el [Directorio de recursos para proveedores de servicios](#).
- Vea el video temático para su evento de Desafíos nuevos, soluciones nuevas de la NCVRW. Puede

descargar el video de 2013 en <http://ovc.ncjrs.gov/ncvrw>.

- ¿Busca herramientas y recursos que ayuden a que las víctimas y los proveedores comprendan el ADN forense? Visite el [Centro de Recursos de ADN](#) en el Centro Nacional para Víctimas del Delito.
- Para información sobre cómo reconocer las señales de que alguien puede ser víctima de la trata de personas, visite el [Proyecto Polaris](#).
- Conozca más sobre cómo protegerse del robo de identidad en el portal de la [Comisión Federal de Comercio](#).
- ¿Conoce las señales de advertencia del abuso sexual infantil y sabe cómo los adultos pueden ayudar? Entérese de más en www.stopitnow.org.
- Si cree que se está cometiendo abuso financiero contra un anciano, llame al Eldercare Locator al 1-800-677-1116; ellos lo remitirán a una agencia en su área.
- Del 16 al 18 de abril, el Centro Nacional de Capacitación en Justicia Penal realizará la conferencia [Delitos contra los niños en áreas indígenas](#) en Carleton, Minnesota.
- ¿Busca más información sobre la compensación a víctimas del delito en su estado? Visite el directorio de programas estatales de la [Asociación Nacional de Juntas de Compensación a Víctimas del Delito](#).
- Para más información sobre víctimas de agresión, violencia doméstica, acoso, abuso infantil, agresión sexual y otros delitos, descargue los

folletos de la Serie Ayuda de la Oficina para Víctimas del Delito, Oficina de Programas Judiciales, Departamento de Justicia de EE.UU.

Actualizaciones de estado en Twitter

A continuación, encontrará una lista de tweets sugeridos para que usted comparta con sus seguidores:

- La Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito es del 21 al 27 de abril. Manténgase conectado utilizando #NCVRW2013 en sus búsquedas.¹
- ¿Desea recibir una copia gratis de la Guía de recursos de #NCVRW2013? Inscríbase aquí: <http://1.usa.gov/bJ3d6u>.
- Hoy comienza la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito 2013, Desafíos nuevos. Soluciones nuevas. Visite <http://ovc.ncjrs.gov/ncvrw>.
- ¿Está buscando maneras de conmemorar la #NCVRW2013 en su comunidad? Encuentre maneras de interactuar y conectarse. <http://www.navaa.org/cap/>.
- La Guía de recursos de #NCVRW2013 completa puede descargarse sin cargo en <http://ovc.ncjrs.gov/ncvrw2013/index.html>.
- ¡Hay afiches de concientización gratuitos disponibles! <http://1.usa.gov/NY9ARf> #NCVRW2013.

1 Los usuarios de Twitter pueden usar el signo de hashtag (#) en sus búsquedas de Twitter. Los hashtags unen las conversaciones de distintos usuarios de Twitter en corrientes de tweets. Puede encontrar estas corrientes colocando un hashtag seguido de una palabra clave en la ventana de búsqueda. Por ejemplo, tal vez encuentre tweets sobre víctimas del delito colocando #víctimasdeldelito en la ventana de búsqueda. De acuerdo con el ejemplo anterior, una búsqueda con #NCVRW2013 le ayudaría a encontrar una corriente de tweets sobre la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito 2013.

MÁS CONSEJOS PARA PUBLICACIONES EN LOS MEDIOS SOCIALES

Además de las actualizaciones de Facebook y Twitter, usted puede utilizar las siguientes ideas para generar más publicaciones sobre la NCVRW en sus portales de medios sociales.

- Descargue el material gráfico temático de la NCVRW del CD-ROM de la Guía de recursos o en el portal en Internet de la Oficina para Víctimas del Delito (Las publicaciones más populares de Facebook incluyen fotos y gráficos).
- Publique fotos o videos de la planificación o los eventos de la NCVRW realizados por su organización.
- Publique fotos de sus oradores en eventos de la NCVRW en su página de Facebook (antes de los eventos), y promuévalos en Twitter y sus otros medios sociales.
- Descargue la aplicación para Instagram, una plataforma para edición de fotografías para usuarios de iPhone o Androide, que convierte sus fotos en imágenes pequeñas nítidas y le permite agregar filtros a dichas imágenes. Instagram se interconecta con Twitter, Facebook y otras plataformas.
- Cargue afiches de la galería de afiches de concientización de la Oficina para Víctimas del Delito, sobre temas asociados a los delitos y a las víctimas.
- Publique enlaces a artículos de opinión o comunicados de prensa sobre la NCVRW en el portal en Internet de su periódico o canal de televisión locales.
- Publique enlaces a declaraciones o proclamaciones sobre la NCVRW realizadas por autoridades locales o estatales (e incluya frases informativas breves sobre estas declaraciones).
- Permita que otros usuarios de Facebook publiquen historias, recordatorios de eventos, fotos y actualizaciones en su muro. (Cambie su configuración de Facebook a “configuraciones abiertas”, y asegúrese de monitorear su muro todos los días para verificar si se han realizado publicaciones negativas u ofensivas).
- Visite las páginas de Facebook de los asociados de la NCVRW 2013 (vea “Recursos adicionales” en la Sección 7 de la Guía de recursos de la NCVRW) y marque en ellas “me gusta” o coloque un enlace a sus páginas.
- Pídale a sus fans de Facebook y seguidores de Twitter que publiquen las actualizaciones de su estado en sus redes de medios sociales.
- Publique videos de YouTube actuales y recientes sobre la NCVRW.

Muestras de actualizaciones de estado en los medios sociales

- Abril es el Mes Nacional de la Concientización sobre la Agresión Sexual (#NSAAM2013). #Siga @NSVRC para más información. www.nsvrc.org.
- Para estadísticas y temas de debate sobre #víctimas del #delito, visite, visit <http://bit.ly/ODy65P> #NCVRW2013.
- Nuevo para #NCVRW2013: ¡descargue anuncios de servicio público para su organización! www.ovc.gov/ncvrw2013.
- Para brindar ayuda, es clave saber cómo las #víctimas reaccionan ante el #trauma. Entérese de más en <http://bit.ly/NPw7gM>.
- Infórmese sobre los asociados oficiales de la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito en la Sección 7 de la Guía de Recursos. www.ovc.gov/ncvrw2013.
- ¿Es usted una #víctima del delito? ¿Conoce a alguien que lo es? Encuentre información útil en la Guía de recursos de la #NCVRW2013 en www.ovc.gov/ncvrw2013.
- ¿Necesita un video para su evento de la #NCVRW2013? Descargue el video temático en www.ovc.gov/ncvrw2013.
- ¿Desea saber más sobre cómo protegerse contra el fraude? Siga al Buró de Protección Financiera del Consumidor @ConsumerFinance.gov #NCVRW2013.
- ¿Está interesado en el programa de Compensación para Víctimas del Delito en su estado? #NCVRW2013 <http://bit.ly/P9S1L5>.
- Encuentre un hermoso tributo para #las víctimas y sus historias @CollinsCACenter #NCVRW2013 <http://bit.ly/QJvS4j>.
- ¿Necesita la cita perfecta para un evento de la #NCVRW2013? Lea citas sobre #víctimas en la Sección 2 de la *Guía de recursos de la NCVRW*. www.ovc.gov/ncvrw2013.
- No se pierda la Conferencia Nacional de 2013 con @CrimeVictimsOrg. Siga para actualizaciones en vivo a, www.victimsofcrime.org.
- ¿Conoce las señales de advertencia del #abusosexualinfantil? Encuentre más información aquí: <http://bit.ly/SB6IRJ> #NCVRW2013.
- El acoso es un delito y no un chiste. Visite <http://bit.ly/OgKNVa> para obtener más información sobre las leyes contra el acoso @SRC_NVCV. #NCVRW2013 #NSAM.
- ¿Cuánto sabe del acoso? Compruebe sus conocimientos en <http://bit.ly/4T7rOo>. #NCVRW2013 #NSAM.
- Existe una base de datos amplia de leyes federales, estatales y tribales para #víctimas con capacidad de búsquedas en www.victimlaw.info. #NCVRW2013.
- Entérese sobre eventos comunitarios relacionados con la asistencia a #víctimas o agregue su propia conferencia u oportunidad de capacitación. Visit <http://bit.ly/tKEx4B>.
- ¿Busca información sobre el ADN y las #víctimas del delito? Siga a @DNA_Answers y visite <http://bit.ly/S7OET4> #NCVRW2013. ★

La cobertura de la delincuencia por los medios tiene gran influencia sobre cómo el público percibe a las víctimas. Especialmente enseguida después de los hechos delictivos, cuando los reporteros se apuran para cumplir plazos, sus informes pueden no reflejar la sensibilidad deseada hacia las víctimas traumatizadas. Debido a que muchos reporteros gráficos y televisivos no reciben capacitación sobre cómo interactuar con las víctimas, usted tiene la oportunidad de ayudarlos a utilizar un abordaje sensible en sus materias sobre delitos. Como un defensor de víctimas que comprende la perspectiva de las víctimas y sabe lo que necesitan los reporteros para redactar sus materias, usted puede tener un rol clave en abogar por una cobertura del delito que exhiba sensibilidad hacia la víctima.

Consejos para reporteros

Al redactar materias sobre el delito, los reporteros se encuentran con la tarea difícil de buscar la realización de entrevistas con las víctimas y conducir esas entrevistas de manera ética cuando las víctimas aceptan hablar. Los defensores pueden ayudar a los reporteros a prepararse para hablar con las víctimas ofreciendo sugerencias sobre cómo abordar a la víctima de manera que la misma se sienta cómoda y segura. Si los reporteros están abiertos a recibir consejos sobre cómo abordar a víctimas del delito, usted puede compartir las siguientes directrices² sobre cómo los reporteros deben realizar las entrevistas.

Cómo pedir la entrevista

- Tenga en cuenta que la víctima puede estar haciendo frente a shock y trauma;

- Aborde a la víctima sin equipos—notebooks, grabadores, cámaras y luces—y trate de hacer una conexión humana;
- Preséntese como reportero, bríndele a la víctima su nombre y cargo y explíquele brevemente lo que espera lograr con su materia;
- Muestre preocupación por la víctima diciendo “lamento lo que le ocurrió” o “lamento su pérdida”;
- Pregunte a las víctimas cómo prefieren que se dirija a ellas, y observe esa preferencia en todas sus preguntas;
- Dele a la víctima una razón para hablar con usted explicando la finalidad de la materia, el hecho de que será publicada y por qué la participación de la víctima es importante;
- Dígale a la víctima cuánto tiempo necesita y respete ese límite de tiempo;
- Acepte cortésmente la negativa de la víctima si la misma no desea ser entrevistada;
- Si la víctima dice que no, exprese interés en una entrevista futura, deje una tarjeta de visita y pídale los nombres de otras personas que puedan estar dispuestas a hablar.

Logística y otras consideraciones

- Haga que la víctima se sienta cómoda—ofrézcale una silla o sugiera un lugar cómodo y seguro para conversar;
- Respete el espacio de las víctimas—debido a que las personas traumatizadas suelen no querer que las toquen, entréguele el micrófono de cuello a la víctima y explíquele como ajustarlo;
- Pida permiso para grabar la entrevista;
- Aclare cuáles son las reglas básicas—explique que cualquier cosa que la víctima diga puede utilizarse en la entrevista; deles a las víctimas permiso para

2 Bonnie Bucqueroux y Anne Seymour, Una guía para periodistas que cubren la delincuencia y las víctimas de la delincuencia [*A Guide for Journalists Who Report on Crime and Crime Victims*], Washington, DC: Soluciones Judiciales [Justice Solutions], 2009), acceso obtenido el 7 de septiembre de 2012, <http://www.mediacrimevictimguide.com/journalistguide.pdf>.

apagar el micrófono si desean decir algo que no quieren que se incluya.

Defensoría de las víctimas durante las entrevistas

Con la ayuda de defensores de víctimas, los reporteros pueden utilizar un abordaje sensible hacia la víctima comprendiendo que la misma puede estar viviendo un trauma asociado al delito. Los defensores presentes durante la entrevista pueden interrumpir si las preguntas del reportero se vuelven demasiado mordaces o difíciles o si la víctima parece estar disgustándose. Al hacer de las necesidades de las víctimas una prioridad, los defensores pueden mantener a la entrevista en la dirección correcta e incentivar al reportero a que haga lo mismo.

Consejos para las víctimas

El abogar por las víctimas con los medios también incluye ayudar a las víctimas a decidir si aceptarán entrevistas, cómo minimizar las invasiones a su privacidad, y cómo ejercer sus derechos y opciones al tratar con los reporteros. Los defensores también pueden ayudar a las víctimas a prever preguntas y preparar sus respuestas.

Antes de la entrevista

Al darles a las víctimas la siguiente lista de preguntas y repasarla con ellas, usted puede ayudar a las víctimas a decidir si participarán en una entrevista:

- 1. ¿Cuáles son sus objetivos al hablar con los medios?** ¿Qué propósito espera que la entrevista tenga? ¿Ayudará a la comunidad a saber más sobre su ser querido o comprender el impacto del delito en las víctimas? ¿Está dispuesto(a) a responder preguntas de reporteros que tal vez no comprendan su dolor o su punto de vista?
- 2. ¿Invadiría su privacidad la entrevista?** Si aun está luchando con el impacto emocional, físico

o financiero del delito, ¿el hablar con un reportero lo(a) perturbaría o haría que se sintiera violado(a)? Se sugiere que converse sobre los pros y contras con un defensor de víctimas antes de tomar su decisión.

- 3. ¿Aumenta su control de lo que se publica sobre el delito si se niega a dar la entrevista?** El negarse a dar una entrevista no evitará la publicidad sobre su caso. Si el hecho es de interés periodístico, los medios publicarán la historia lo(a) entrevisten o no. Asimismo, una entrevista puede brindarle una oportunidad de ofrecer su perspectiva del delito.
- 4. ¿Preferiría que otra persona hable por usted?** Si prefiere no ser entrevistado(a), puede pedirle a otra persona—un abogado, un defensor de víctimas, un miembro del clero o un amigo—que lo(a) represente en entrevistas con los medios. Dicha persona puede, también, divulgar declaraciones escritas en su nombre o acompañarlo(a) a entrevistas si usted decide aceptarlas.
- 5. ¿El otorgar una entrevista afectaría la investigación o el enjuiciamiento del delito?** El dar una entrevista puede comprometer a la investigación o el enjuiciamiento de un delito. Se sugiere que hable con un defensor o abogado antes de decidir dar una entrevista.
- 6. ¿Desea establecer condiciones para la entrevista?** Si bien los reporteros y productores pueden no estar de acuerdo con las condiciones que usted sugiera, usted tiene derecho a preguntar o expresar sus deseos acerca de:
 - La hora y el lugar de la entrevista
 - Visitar el lugar antes de una entrevista
 - Información preliminar sobre preguntas, el ángulo del reportero o planes para el uso de su entrevista
 - Temas que no acepte discutir

- Solicitar un reportero específico
- Proteger su identidad (a través de siluetas y distorsión electrónica de su voz)
- Excluir de la entrevista a niños y otros familiares
- Excluir fotos y otras imágenes que le parezcan ofensivas
- Excluir a transgresores u otros participantes a los que se oponga.

Cómo preparar a las víctimas para la entrevista

Usted puede compartir los siguientes consejos con víctimas que decidan aceptar entrevistas:

1. Usted puede llevar a alguien para que le brinde apoyo.
2. Usted puede prepararse para la entrevista pidiéndole a un defensor que haga una lista de preguntas que el reportero puede formular y ensayando las respuestas.
3. Usted puede negarse a responder una pregunta por medio de:
 - Una negativa cortés: Decir, “Lo siento, pero no deseo hablar sobre eso”.
 - El tendido de puentes: Cambie el asunto a lo que USTED desea decir. Responda diciendo “lo que es realmente importante sobre ese tema es...” y luego hable sobre lo que usted cree que el público debe saber.
4. Nunca hable de manera “extraoficial”. Los reporteros pueden publicar o transmitir cualquier cosa que usted diga.
5. Si no sabe la respuesta a una pregunta, simplemente diga que no sabe. No intente adivinar ni especule.
6. Usted puede solicitar una corrección si el artículo publicado es impreciso o si se citan sus palabras fuera de contexto. Los diarios pueden publicar correcciones y los noticieros televisivos pueden corregir errores graves (sin embargo, la opción de hacerlo es de ellos).
7. Usted puede negarse a una entrevista de seguimiento, aunque anteriormente haya aceptado ser entrevistado(a) por segunda vez.

Los defensores de víctimas pueden tener un papel clave en la mediación entre reporteros y víctimas. Al ayudar tanto a los reporteros como a las víctimas a cumplir con sus objetivos mutuos, los defensores pueden ayudar a producir una cobertura de medios más efectiva y un periodismo centrado en la víctima durante la Semana Nacional de los Derechos de Víctimas del Delito y a lo largo del año. ★