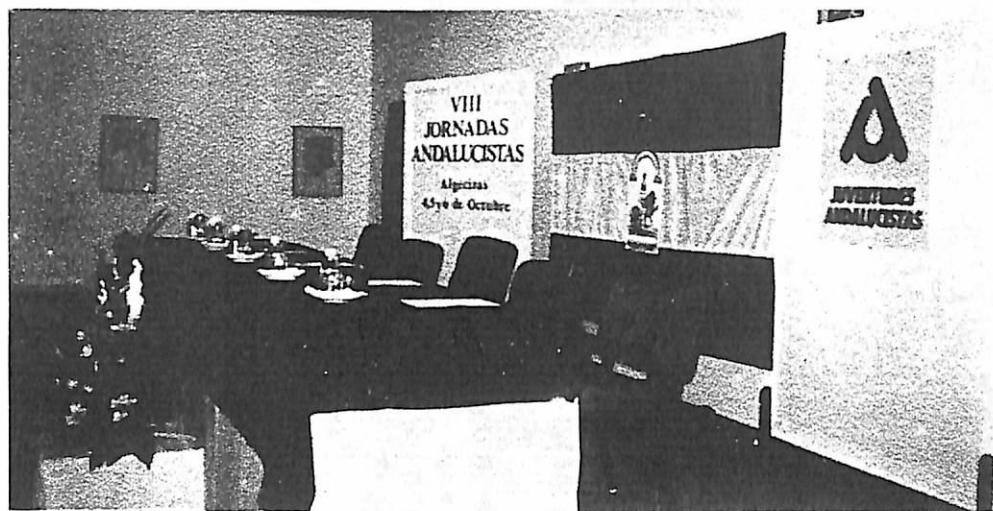


RELACIONES CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN



JUVENTUDES  **ANDALUCISTAS**

RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

↙ PRINCIPIOS

1.- Las relaciones deben basarse en criterios de PROFESIONALIDAD.

2.- Todos los mensajes deben centrarse en un PORTAVOZ o portavoces que cohesione e integre la salida de información.

3.- Siempre RESPONDER Y ATENDER las demandas de los periodistas.

4.- Los periodistas son uno de los medios a través de los cuales la Organización se relaciona con la sociedad. Hay que tratarles bien en cuanto a FACILITARLES SU TRABAJO e intentar crear relaciones de familiaridad.





EL DÍA DE LA RUEDA DE PRENSA

- Colocar los logotipos de la organización: fondo y sobremesa. Esa será la imagen que tomen los fotógrafos y televisiones.
- Recibir a los periodistas a su llegada.
- Entregar Dossier para la prensa antes del comienzo de la rueda.
- Debe de comenzar con absoluta puntualidad. Se podrá ofrecer a los informadores café o bebida.
- Es aconsejable que sean pocas las personas que intervengan: una o dos personas.
- Las intervenciones han de ser cortas.
- Al término se abrirá un turno de preguntas.

LA ENTREVISTA.

La entrevista pretende ser un tipo de relación directa con los periodistas donde las declaraciones son de tipo individual, esta circunstancia hace que la entrevista debe prepararse con rigor y exactitud.

Se utiliza un tono amable, procurando hablar despacio, claro y reiterar los conceptos que se consideren importantes. Se tenderá a la argumentación. Nunca cuando nos hacen la entrevista para un medio escrito excederse en las respuestas. Cuanto más amplias más tendrá el periodista que sintetizar y cortar, con lo que se corre el peligro de que el contenido y el contexto de las palabras quede modificado.

CÓMO PREPARAR UNA ENTREVISTA

- Prevea las posibles preguntas, incluidas las comprometidas.
- Planifique con precisión y tenga preparado lo que va a decir. Evite las improvisaciones y abstracciones.
- Agrupe los puntos que desea tratar en unas cuantas frases breves.
 - Sea usted el que dirija sus respuestas.
 - Refiérase al interés general antes que al particular.
 - Trate de poner fin a sus respuestas con un matiz positivo.
 - En cada intervención ante los medios audiovisuales (Radio/TV) conviene no dar más de dos o tres mensajes. La fugacidad de lo que se dice obliga a ser reiterativo. Más vale acreditar una idea clave que nos interesa, ilustrándola de dos o tres maneras distintas, que intentar hacer comprender varias nociones que, posiblemente no llegarán al público.
 - Sea humano ante todo.
 - Y practique, practique y practique.

DURANTE LA ENTREVISTA

- Respirar profundamente Y nervios fuera.
- Escuchar atentamente las preguntas.
- En TV y Radio mantener un tono similar al de una tertulia con amigos.
 - Intentar ser natural, simpático y breve. No levantar la voz ni perorar. Evitar el tono solemne.
 - En TV y Radio nuestras palabras han de captar la atención en los primeros 30 segundos, ir directamente al hecho, sin preliminares.
 - Es conveniente empezar por lo esencial y más chocante, algo que capte rápidamente la atención de la audiencia.
 - Especialmente en TV hablar más al corazón que al intelecto.
 - En la mayoría de los casos cuenta menos lo que se ha dicho que la impresión que se ha producido.
 - Evitar ser arrogantes.

LA NOTA DE PRENSA



CÓMO ELABORAR UNA NOTA DE PRENSA

1.- El titular de la noticia debe ser corto, preciso y con gancho. Debe recoger en una línea lo esencial de su motivo.

2.- Hay que plantear un único mensaje que pueda ser captado en un golpe de vista. Es conveniente destacar con negrita o versalina lo realmente importante.

3.- Poner en las diez primeras líneas lo fundamental. Si el primer párrafo de la información no consigue engancharnos no seguiremos leyendo.

4.- Numerar los folios.

5.- Poner la fecha.

6.- Imprimir la nota de prensa con la cabecera y logotipo de la organización.

7. En el pie de página deben de figurar los datos de la organización: dirección, teléfonos, fax; por si los periodistas requieren alguna aclaración o información adicional.

8.- Mantener siempre la Misma estructura. Es importante que nos identifiquen con un modelo propio.

9.- Se escribirá en forma periodística "pirámide invertida": título, entradilla, desarrollo y conclusión.

10. Por encima del titular indicar "nota de prensa".

11.- Su extensión no debe superar los dos folios

12.- Su emisión supone una toma de posición oficial: hay que medir las palabras.

RUEDA DE PRENSA

Antes de convocarla cabe preguntarse:

- ¿Es necesaria?
- ¿Tenemos algo que decir?
- ¿Que personas son las adecuadas para hacerla?

Si las respuestas son afirmativas, la rueda de prensa nos permite tener un contacto directo con los medios y se utiliza cuando la relevancia del hecho o de la persona protagonista lo requiere. Es una operación organizada por iniciativa del emisor y permite difundir una información concreta a un público seleccionado. Los periodistas tendrán que hacer un esfuerzo añadido para desplazarse desde la redacción y seguramente habrá otras muchas ruedas de prensa ese mismo día a la misma hora, por lo que el motivo debe tener suficiente interés y "gancho". **NO CONVIENE ABUSAR DE ELLAS.**

Organizar una Rueda de Prensa exige un dominio perfecto de la información que se va a difundir, y por tanto, necesita una cuidada presentación:

- *El local:* si es posible, habilitar una sala en los locales de la Organización.
- *La convocatoria:* tiene forma de carta y va firmada por el responsable de comunicación. No obstante puede hacerse una llamada a la redacción.
- Evitar que la rueda de prensa coincida en el día y hora con algún otro acontecimiento importante.
- Definir la exposición que se hará: elaborar un guión, manteniendo en todo momento el punto de vista claro. Exponer las posibles cuestiones. que se plantearán.
- Delimitar qué va a decir cada persona que vaya a intervenir. en el caso de que sean varias las personas que intervengan.
- Preparar bien la documentación a aportar.

EL LENGUAJE DEBE SER:

- Breve (tiempo), conciso (conceptos) y claro (desarrollar pocas ideas).
- No abusar de los adjetivos ni de los adverbios. Evitar la insistencia de latiguillos y frases hechas.
- Corregir los errores sobre la marcha.
- Ofrecer sólo las cifras indispensables, redondeándolas.
- Serenidad y sosiego en la exposición y en la compostura.
- Hablar despacio y con naturalidad. Parecer espontáneos y convincentes.
- No utilizar términos rebuscados ni vulgares.
- Dominar el tema del que se hable, pero nunca hacer alarde de que se sabe demasiado.
- Cortesía y modestia.
- No tutear al informador.



ESTRATEGIAS A UTILIZAR EN LA ENTREVISTA:

- No piense que debe limitarse a contestar sólo lo que le han preguntado; en lugar de ello utilice las preguntas como punto de apoyo. Por ejemplo: "contestaré brevemente diciendo..., pero lo que en verdad me gustaría dejar claro es..." a esto se llama puentear una pregunta.
- Siempre que sea posible, respalde sus declaraciones con hechos o con el testimonio de terceras personas.
- Evite caer en la trampa de difundir una opinión contraria a los intereses de la Organización a la que representa. Conteste simplemente: "esa puede ser la opinión de algunos. La mía..." para que quede bien claro las opiniones personales de las opiniones de la Organización.
- Mencione primero los puntos que más le interesen.

➤ No haga conjeturas o especulaciones. Si no conoce la respuesta, dígalo, no conteste "improvisando". Puede que el entrevistador conozca los datos exactos y cualquier discrepancia podría resultar perjudicial.

➤ El entrevistador tendrá la última palabra. No se muestre hostil; sólo conseguirá inclinar la balanza a favor de él/ella y perder la oportunidad de exponer sus puntos de vista.

➤ No permita que una falsa sensación de seguridad le haga confiarse demasiado.

➤ Es necesario conocer a la hora de ser entrevistado: qué es lo que quieren saber las audiencias, qué es lo que necesitan saber y qué es de lo que puedo hablar.

La entrevista en televisión es la que más impacto tiene pero también es un medio más peligroso e incómodo que el de la radio o que el medio escrito, porque cuenta con la imagen que capta todo lo que haya que captar: nervios, maquillaje, inseguridades, gestos.... La radio es más cómoda que la televisión, los oyentes no pueden vernos y eso nos permite utilizar notas escritas. Las entrevistas con medios escritos son más relajadas aunque no debemos bajar la guardia.

¡¡Cuidado con las despedidas!! Se entra en demasiada familiaridad y a veces se confiesan noticias que pueden ser portadas.



QUÉ NO HACER DURANTE UNA ENTREVISTA:



No deje que le atribuyan palabras que no ha utilizado.



No dude. Si no está seguro de una pregunta, pida una aclaración.



No se precipite.



No responda antes de que hayan acabado de preguntarle.



No baje la guardia.