

Índice

- ¿Qué es una rueda de prensa? Pág.2
- ¿Qué información se facilita en la rueda de prensa? Pág.2
- Las preguntas mágicas. Pág.2/3
- Filtración de la información. Pág.4
- Montar el mensaje. Pág.4
- Organización del evento. Pág.5

6.1).–Lugar Pág.5

Invitaciones Pág.6

Panfletos Pág.6

Comunicación escrita en general Pág.6

6.3).– Disposición del personal. Pág.7

6.4).– Planning de la rueda de prensa Pág.7

1).– ¿Qué es una rueda de prensa?

Una rueda de prensa es un conjunto de acciones destinadas a comunicar noticias sobre nuestra entidad. Debemos fijar la información que debemos transmitir, con claridad y exactitud, para evitar de este modo ambigüedades en lo que queremos expresar y falsos rumores. A menudo se suelen utilizar personajes famosos como apoyo, puesto que de esta manera se consigue atraer de una manera mas rápida y eficaz a los medios de comunicación, a la vez que también se puede conseguir reducir gastos y economizar el coste de la misma.

2).– ¿Que información se facilita en la rueda de prensa?

La información que de debe facilitar en una rueda de prensa debe estar directamente relacionada con nuestra empresa o institución. Ha de ser una noticia que tenga una repercusión social importante y que atraiga a diferentes sectores de manera global.

Las declaraciones han de ser concisas y fáciles de recordar, de manera que el mensaje esté en sintonía con los oyentes a los cuales éste vaya dirigido.

3).– Las preguntas mágicas.

Durante el transcurso de la rueda de prensa se deben dejar claros varios puntos. Para poderlos explicar, hay una serie de preguntas que nos podrían ser muy útiles a la hora de elaborar esta tarea:

• ¿Porqué y para qué?

Hemos de crear una definición de nuestros objetivos muy clara. Tenemos que expresar a la perfección lo que pretendemos conseguir con el diseño de la campaña

• ¿A quien?

Hemos de definir los destinatarios. La información debe dirigirse a una determinada colectivo, en caso contrario corre el riesgo de diluirse y no ser efectiva. Por tanto es imprescindible identificar al público con el que nuestra entidad quiere y debe comunicarse. Cuanto mayor sea el conocimiento de ese colectivo, más certeros deberán ser nuestros mensajes.

- **¿Qué decir y como decirlo?**

Hemos de definir el mensaje. Se determina el contenido del mensaje y la forma que hay que darle para que sea captado por el receptor. Se definen todos los recurso expresivos: titulares, imágenes, información a suministrar, etc.

- **¿Cómo y con qué medios?**

Hemos de definir la metodología y elección de las acciones a emprender. Los medios ha utilizar serán todos los válidos: prensa, revistas, televisión, radio...

- **¿Cuánto?**

Hemos de elaborar el presupuesto. Enviar noticias a los medios es gratuito, pero deberemos prever si vamos a tener algún gasto; algunos de ellos podrían ser elaboración de un dossier, carpetillas que se deben entregar a los periodistas, cóctel tras la rueda de la prensa, etc.

- **¿Con quien?**

Debemos seleccionar a los profesionales más adecuados para nuestra rueda de prensa. Para ello es fundamental contar con un fichero de medios actualizados que nos permita seleccionar, contactar y convocar a aquellos que nos interesen de forma rápida.

- **¿Cuándo?**

Hemos de temporalizar las acciones, y dedicar un tiempo determinado para cada tarea que queramos desarrollar durante la rueda de prensa. Debemos definir las fechas y horas en que debemos enviar la información, las notas de prensa, las invitaciones y las convocatorias a los profesionales seleccionados

4).- Filtración de la información

Como nuestra información puede ser muy extensa, deberemos filtrar la información.

Esto se puede conseguir de la siguiente manera:

- Eliminaremos todo lo que no tiene carácter informativo.
- Eliminaremos todo lo que no concierne o no sea interesante para el público destinatario.
- Todas las palabras que sean de difícil comprensión o con un lenguaje no apropiado deberán ser reemplazadas por otras.
- Deberemos intentar que nuestras palabras causen repercusión y tengan enganche entre los medios de comunicación.

5).- Montar el mensaje

Una vez nos hayamos provisto de la información y de los datos científicos, culturales, filosóficos, históricos o de cualquier índole, hayamos realizado una filtración exhaustiva, hemos de transformar todo en algo con lo que pueda conectar el mundo, de manera que consigamos un tipo de comunicación social y asertiva. Para ello

hemos de emplear los siguientes métodos:

- Utilizaremos al máximo la expresión verbal, con el objetivo de crear un ambiente expresivo y una comunicación bilateral.
- Nuestros gestos serán abiertos, y intentaremos evitar espacios durante nuestra explicación para eludir todo signo de inseguridad.
- Nuestras palabras han de ser coherentes. La utilización de coletillas puede sernos muy útil para relacionar los diferentes puntos a tratar entre ellos.
- El uso de frases cortas pero con sentido completo y lógico nos ayudarán a transmitir el mensaje.

6).- Organización del evento

Nuestra rueda de prensa se basará en informar a los medios de comunicación una nueva vacuna que retrasa de un grado importante los efectos del Parkinson. Por lo tanto intentaremos contactar con las siguientes entidades:

- La OMS (Organización Mundial de la Salud).
- La Cruz Roja.
- Servei Català de la Salut.
- Diarios y periódicos de nivel nacional:
 - ◆ El Periódico
 - ◆ El Mundo
 - ◆ La Vanguardia

Y de nivel internacional:

- Associated Press
- Le Monde
- Cable News Network CNN
- Medical journal.

También buscaremos personajes de carácter público para que colaboren con nuestra rueda de prensa; preferentemente intentaremos contactar a los que sean de tipo local (ya que puede que quieran cooperar de manera gratuita). En segunda opción siempre acudiremos a personajes famosos de ámbito nacional.

Intentaremos contactar con revistas científicas y relativas al tema a tratar.

El servicio de Internet como medio de publicación masiva puede sernos útil y eficaz, a la vez que económico.

6.1).-Lugar

Será preferible que nuestra rueda de prensa tenga lugar en nuestras instalaciones, ya que así nos daremos a conocer de una manera más física y ahorraremos costes. El único inconveniente que puede existir es que nuestra entidad no disponga de espacio suficiente para ello. En este caso tendríamos que buscar un lugar apropiado para ello; Plaza España sería un sitio idóneo tanto por su espacio como por su situación céntrica.

6.2).- Invitaciones, panfletos y comunicación escrita en general

Deberemos contratar una imprenta para la creación de toda nuestra comunicación escrita. Intentaremos que el presupuesto sea aceptable y que la misma imprenta colabore con el evento (en cierta manera queremos que se convierta en Sponsor.)

A continuación hacemos representación de una carta modelo de invitación.

6.3).- Disposición del personal

Se montará una tarima para alzarnos sobre el público y ser visibles por todos. Detrás nuestro habrá una pancarta en el caso de que haya sponsors y se quieran promocionar. Delante nuestro estarán todos los medios de comunicación y montaje técnico necesario tanto como para nosotros como para los artistas que actúen después. El público estará ubicado justo detrás de las cámaras.

El refrigerio se encontrará preparado a pocos metros y con personal necesario para la atención de los asistentes.

El lugar habrá de estar bien ventilado y deberá tener un aforo suficiente.

6.4).- Planning de la rueda de prensa

- Haremos un breve agradecimiento por la asistencia del público
- Realizaremos una pequeña introducción de lo que es nuestra empresa y a que se dedica.
- Explicaremos el nuevo avance que hemos descubierto y el origen histórico
- Daremos paso a preguntas y dudas
- Una vez finalizadas las preguntas presentaremos a los artistas mientras disfrutamos del refrigerio

2

NOMBRE DE LA EMPRESA

DIRECCIÓN

A la Att. Sr. _____

NOMBRE DE NUESTRA EMPRESA

DIRECCIÓN

Apreciado Sr. _____

Es un placer para nosotros informarle de que el próximo sábado 15 de Febrero realizaremos una rueda de prensa en nuestras instalaciones para tratar sobre nuevos tratamientos revolucionarios para la mejora de los efectos del Parkinson.

Seria un honor para nosotros contar con usted durante la rueda de prensa y por ello le pedimos que este presente en ella.

El evento comenzará a las 17:00 horas y acto seguido contaremos con la actuación de varios artistas conocidos de ámbito nacional, acompañado de un refrigerio. Adjunto encontrará las invitaciones y un mapa de localización.

Sin otro particular y quedando a la espera de su confirmación reciba un cordial saludo.

Atentamente

Firma,

Cargo en la empresa