

## La otra cara de la comunicación política: Contacto eficaz con periodistas y medios

Por Mariana Prado, directora de Indicios PR

La amplitud del abordaje de la comunicación política nos permitió desarrollar el presente trabajo, centrándonos en el vínculo entre voceros y periodistas

Un buen vínculo entre voceros y periodistas es fundamental para el desempeño de ambas profesiones, donde una está estrechamente ligada a la otra. Sin embargo, pese a esta premisa, en los medios suelen escucharse permanentemente quejas respecto de los voceros, y en las oficinas de los voceros se cuestiona con frecuencia el accionar de los periodistas.

Esta situación nos llevó a realizar una investigación desde Indicios PR y plantear una propuesta de trabajo superadora, que permita corregir los errores más frecuentes que se comenten del lado de los voceros.

En esta primera etapa del trabajo, que presentamos en la **VI Cumbre Mundial de Comunicación Política**, realizada en diciembre en México D.F., nos centramos en los medios gráficos. Partimos de realizar una selección de periodistas políticos y económicos de los principales medios gráficos nacionales de la Argentina.

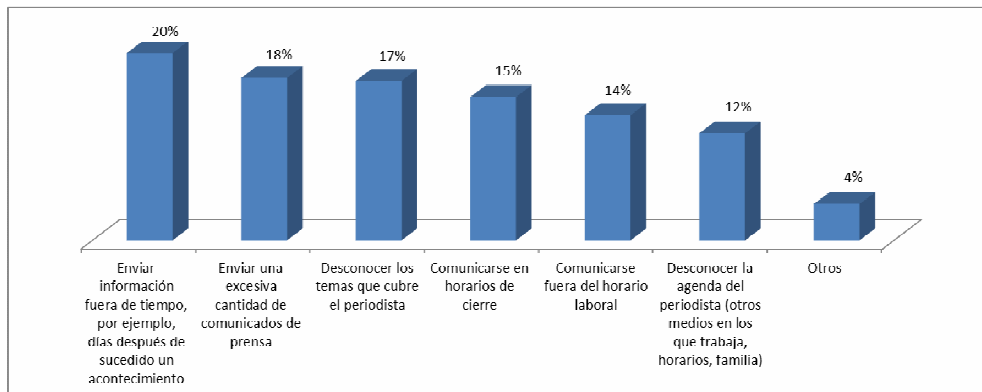
A los periodistas seleccionados les enviamos un cuestionario breve (entendiendo la premura de sus profesiones), cuyas respuestas nos permitieron detectar los principales errores que cometemos los voceros al entrar en contacto con los periodistas.

### Errores frecuentes que cometen los voceros

A partir de esta investigación, pudimos detectar que hay tres errores más frecuentes que cometen los voceros, según la opinión de los periodistas. El principal, que cosechó el 20% de las opiniones, es el envío de información fuera de tiempo. Esta queja tiene que ver principalmente con la recepción de información mucho después de sucedido el acontecimiento.

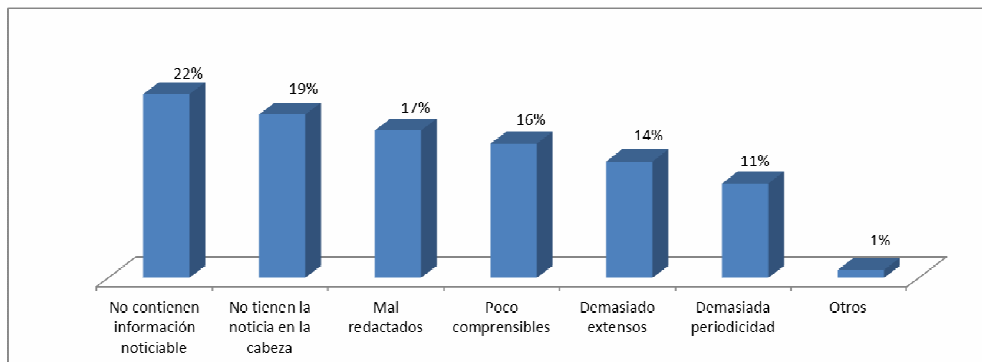
En tanto que, para el 18% de los periodistas, el principal error es el envío de una excesiva cantidad de materiales o comunicados de prensa y para el 17% desconocer los temas que cubre el periodista.

Por debajo, con el 15%, se ubicó comunicarse en horarios de cierre y, con el 14%, hacerlo fuera del horario laboral. Con el 12% desconocer la agenda del periodista.



De esto se desprende que los principales errores se concentran en el envío del material de prensa y no tanto en cómo los voceros entablan el vínculo con los periodistas (horarios, agenda), dado que casi el 40% se concentra entre el envío de información fuera de término y la excesiva cantidad de comunicados de prensa.

Y fue precisamente este tema el que tratamos en la siguiente pregunta. Consultados sobre los principales errores de los materiales o comunicados de prensa que reciben por parte de los voceros, los periodistas señalaron en primer lugar la falta de información noticiable, con el 22%; seguido por lo que en la Argentina llamamos falta de noticia en la “cabeza” del comunicado, es decir, en el primer párrafo, con el 19%. La mala redacción cosechó el 17%; que son poco comprensibles, el 16%; demasiado extensos, el 14%, y demasiada periodicidad, el 11%.



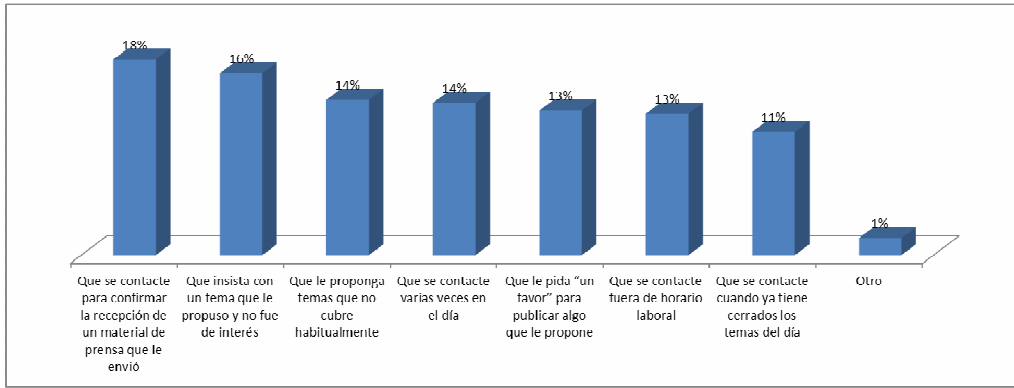
A partir de estas respuestas, concluimos que la “falta de noticia” es el principal error que encuentran los periodistas en los materiales de prensa que reciben, sumando poco más del 40% del total. En tanto que los errores en la redacción totalizaron el 33%.

Algo que se puede interpretar como contradictorio no lo es, si se analizan en detalle los cuestionamientos de los periodistas. El principal error de los voceros es enviar una excesiva cantidad de materiales de prensa, pero en el caso de los errores de las comunicaciones la periodicidad se ubica en último lugar. Esto se debe a que uno refiere a la cantidad de materiales que reciben los periodistas por parte de un mismo vocero y el otro a la periodicidad con la que son enviados esos materiales. Es decir, que mientras que un periodista considera un error recibir varias comunicaciones en un mismo día por parte de un mismo vocero, ubica como un error menor recibir información “noticiable” distinta todos los días.

### Acciones de los voceros

Hay algunas acciones que realizan habitualmente los voceros y que, a partir de esta investigación, se detectaron como las que mayores molestias generan entre los periodistas, como por ejemplo contactarlo luego del envío de un material de prensa para corroborar su recepción. Esta respuesta, cosechó el 18% de los cuestionamientos por parte de los periodistas, en tanto que muy cerca se ubicó la insistencia sobre un tema que propuso y no fue de su interés periodístico, con el 16% de las respuestas.

El 14% correspondió a la propuesta de notas sobre temas que el periodista no cubre habitualmente y, con igual valor, que se contacte varias veces al día. Apenas por detrás se ubicó el pedido de “un favor” para que le publique algo, con el 13%, y el contacto fuera del horario laboral, con el mismo porcentaje. Por su parte, 11% cosechó que se contacte cuando ya tiene cerrados los temas del día.

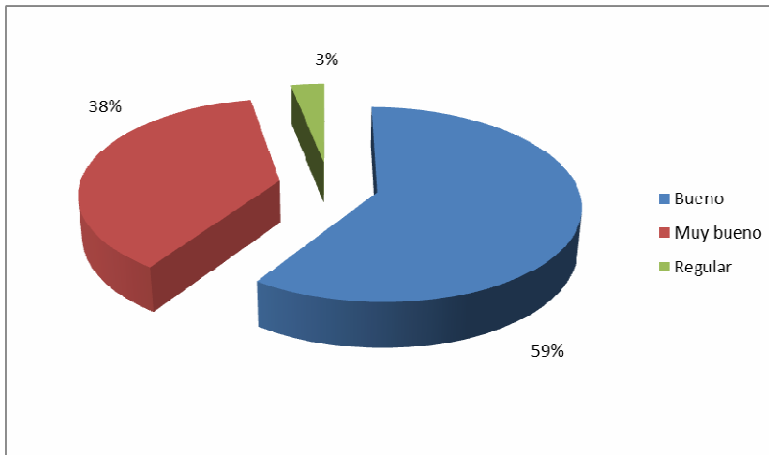


Llamar para corroborar el envío de un material de prensa es la mejor “excusa” que muchas veces encuentran los voceros para entrar en contacto con los periodistas, pero dadas las molestias que genera este contacto, desde **Indicios PR** plantaremos más adelante una propuesta para no perder ese contacto inmediatamente posterior al envío.

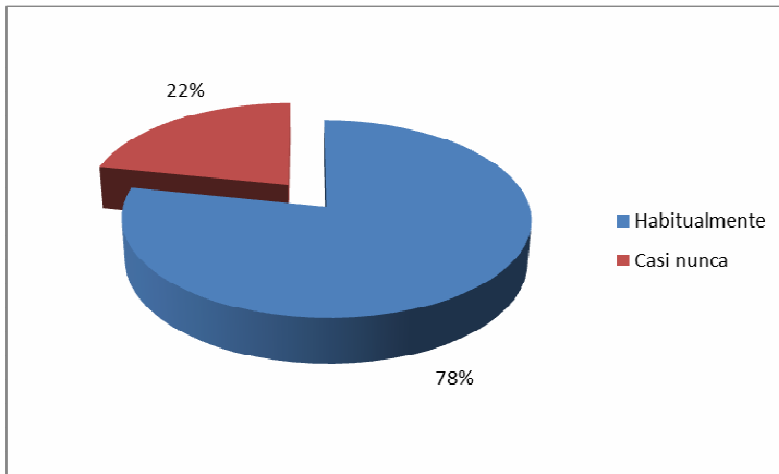
Otra conclusión interesante de esta respuesta es que, contrario a lo que se cree entre los voceros, a los periodistas les molesta más que les ofrezcan temas que no cubren; que les pidan un “favor” para que publiquen algo o que les insistan con temas que no generaron su interés, que contactarlos fuera del horario laboral.

### Vínculo entre voceros y periodistas

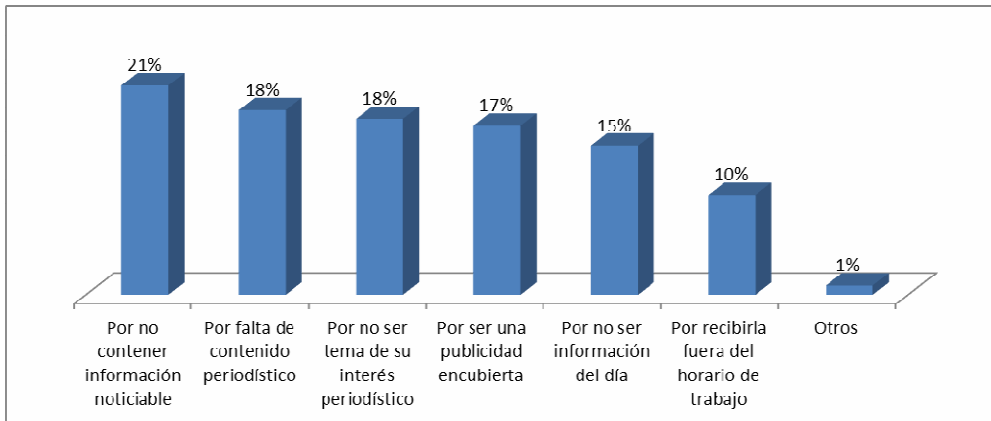
Pese a estos errores que cometen diariamente los voceros, el 59% de los periodistas consultados dijo tener una buena relación con ellos, con los que entra en contacto habitualmente; mientras que el 38% evaluó este vínculo como muy bueno y sólo el 3% lo calificó como regular.



Los errores en las comunicaciones tampoco parecen ser un obstáculo absoluto en la decisión de los periodistas de publicar la información propuesta por los voceros, aunque sí un alerta que no se debe pasar por alto. Mientras que el 78% dijo publicar habitualmente la información recibida, el 22% señaló que casi nunca utiliza este material en sus notas periodística.



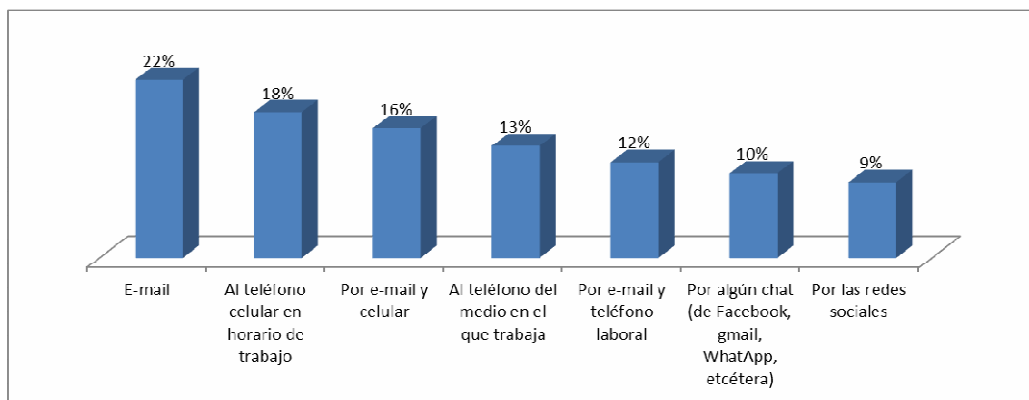
Los motivos fueron claros: no contener información noticiable cosechó el 21%; seguido por la falta de contenido periodístico y no ser temas de interés del periodista, ambos con el 18%; ser una publicidad encubierta, el 17%; no ser información del día, 15% y recibirla fuera del horario laboral, 10%.



Aquí se verificó, una vez, más que el contenido de los materiales de prensa, o la falta de contenido, es el principal motivo por el que los periodistas no publican informaciones proporcionadas por los voceros, sumando el 56% (falta de información noticiable, falta de contenido periodístico y ser publicidad encubierta).

### Medios de contacto

Por último, consultamos a los periodistas los medios por los que prefieren ser contactados por los voceros. El e-mail cosechó el 22% de las respuestas positivas; mientras que el teléfono celular en horario de trabajo el 18%; el e-mail y el celular, el 16%, y el teléfono del medio en el que trabaja, el 13%. Le siguieron el e-mail y el teléfono laboral, con el 12%; algún chat (Facebook, gmail, WhatsApp, etc.), el 10% y las redes sociales, el 9%.



Segmentando las respuestas, resultó interesante verificar que los periodistas acreditados en salas de prensa de Gobierno, Parlamento o ministerios consideran una buena opción el contacto vía teléfono celular en horario laboral, no tan elegido entre quienes desempeñan su profesión en las redacciones de los medios.

Resultará sumamente útil cuando en la segunda etapa de la investigación podamos contrastar las respuestas de los periodistas con las de los voceros. Seguramente, la mayoría de los voceros desconozca muchas de estas situaciones y considere correctos métodos de trabajo que entorpecen su labor.

#### Principales conclusiones:

- Los principales errores que cometen los voceros al entrar en contacto con los periodistas se centran en el envío del material de prensa: fuera de tiempo; de manera excesiva o desconocer los temas que cubre el periodista.
- En tanto que, los principales errores de los comunicados y materiales de prensa tienen que ver con la falta de noticia y problemas en la redacción.
- Por su parte, las mayores molestias que generan los voceros a los periodistas tienen que ver con el contacto: luego del envío de un material de prensa para corroborar su recepción o llamar para insistir sobre un tema que no fue de interés.
- El 97% de los periodistas consultados dijo tener una buena o muy buena relación con los voceros.
- Pese a los errores en las comunicaciones, el 78% de los periodistas publica habitualmente la información recibida y solo el 22% casi nunca.
- El e-mail es el medio principalmente elegido por los periodistas para recibir informaciones de prensa, aunque sumarle el celular laboral o el teléfono laboral es también una buena opción. Las redes sociales debería quedar descartado.

#### Propuesta de trabajo:

A partir de las conclusiones que surgen de esta primera investigación, desde **Indicios PR** planteamos una metodología de trabajo superadora:

- Cobertura on-line de los hechos
- Envío de materiales noticiables, destacando la noticia en título y “cabeza” (primer párrafo). Si no hay noticia no hay comunicado
- Conocer en detalle los temas que cubre el periodista
- Trabajar con un editor con conocimientos de corrección ortográfica y de estilo para evitar errores de redacción
- No enviar más de una comunicación diaria
- Conocer la agenda de los periodistas, horarios y medios en que se desempeña
- Luego de enviar información, contactarse para ofrecer la posibilidad de ampliarla, con detalles, fotos, una llamada telefónica, entre otras opciones, pero no para corroborar su recepción. Otorgar valor agregado
- Descartar rotundamente los temas que no hayan generado interés en el periodista y ofrecerlos a otros comunicadores
- Evitar el contacto innecesario. Sólo llamar al periodista cuando ese contacto le vaya a servir efectivamente para ampliar la información enviada

Informe completo: <https://www.youtube.com/watch?v=okTPgNz4z9M&feature=youtu.be>

***Colaboraciones y agradecimientos:***

Celeste Caldaroni, directora de Indicios PR; Eirys Torrelles; Francisco Aldaya; Noelia Barral Grigera; Mayra García.

Presentado en la VI Cumbre Mundial de Comunicación Política, México, diciembre 2014