

**RUEDA DE PRENSA**

# RUEDA DE PRENSA

Es un conjunto de acciones destinadas a comunicar noticias sobre una organización, institución o entidad, según lo señala Antonio Molero, en su libro: "La conferencia de prensa una herramienta fundamental para el éxito de las relaciones informativas".



Para Rafael Yáñez, una rueda de prensa es un acto informativo que tiene como objetivo primordial convocar a los medios de comunicación social para que difundan noticias referentes a la organización o institución.

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

# PARA TOMAR EN CUENTA

**1.- CONVOCATORIA:** Es una nota en la que se señala el objetivo, el día, la hora y el lugar, colocando un título atractivo.

Debe ser una nota en la que en tres o cuatro líneas se aborde el tema, incluyendo datos y argumentos. Esta convocatoria debe enviarse con la debida anticipación (tres días como mínimo), a primera hora del día para que sea puesta en la agenda de los medios de comunicación.

Se debe remitir por escrito (impreso), fax, correo electrónico, redes sociales, asimismo se debe llamar por teléfono para confirmar la recepción de la convocatoria y asistencia del periodista.

**2.- PREPARAR UN BUEN DOSSIER:** Este documento debe contener la información necesaria (datos, cifras, porcentajes, fotos), de manera sucinta (breve, concisa y precisa), sobre los temas a tratar en la rueda de prensa, los mismos que serán de ayuda para el periodista a la hora de procesar sus noticias.



**3.- HORA DEL EVENTO:** En lo referente a la hora de la realización de la rueda de prensa, de acuerdo a la realidad local, es recomendable en horas de la mañana, entre las 10h00 y las 11h00. En la tarde, entre las 15h00 y 16h00, esto permitirá asistencia de las radios, canales y rotativos, para que puedan elaborar sus materiales periodísticos previo al cierre de sus respectivas ediciones.



**4.- LUGAR DEL EVENTO:** El lugar deberá ser amplio, apropiado, con la acústica, iluminación necesaria que permita el trabajo de los reporteros, tomando todas las previsiones el día anterior, de esta manera se garantiza que se cumpla con el objetivo de la misma.



**5.- DESARROLLO:** Previo al desarrollo de la rueda de prensa los responsables de la sección, unidad o departamento de Comunicación deben efectuar los siguientes pasos:

- a) Entregar a los periodistas el dossier, la carpeta informativa, el resumen ejecutivo.
- b) Hacer llenar el registro de medios, cuya matriz deberá incluir: Nombre del periodista, medio al que representa, número de teléfono, correo electrónico y firma.
- c) En la exposición los comunicadores deben ubicar en la mesa principal a los actores principales de la institución.
- d) La exposición debe ser clara, precisa y concisa, remarcando aquellas partes, frases o palabras claves, en lo posible apoyarse con presentaciones digitales.
- e) Controlar que las intervenciones no sean extensas por parte de los ponentes.
- f) Manejar el orden de participación de los delegados de los medios de comunicación, con preguntas en torno a la temática que se está tratando.

**6.- MONITOREO DE MEDIOS:** Una vez finalizada la rueda de prensa, el equipo de Comunicación realizará un monitoreo de los medios que asistieron, con el propósito de verificar la receptividad que tuvo y la posición que asume el medio, en sus espacios de opinión; además de analizar la repercusión e impacto en la colectividad.



**GRACIAS POR SU ATENCIÓN...**