

[...] ta con sedes en Miami, Buenos Aires y Montevideo, y clientes en toda Latinoamérica. Sostiene que "Prensa debe tener ADN periodístico". Entre los casos de éxitos de la agencia aparecen por ejemplo Equifax, Kia, Galicia Seguros, Cetelem-BNP Paribas, Grant Thornton, Axis Communications, Tiendamia, Remax Premium, Law Offices of Carla Anzaldi, Verbatim, Avatrip, Rodar Electric, Fundación Bitcoin Iberoamérica, Llongueras, entre otros.

Luego de algunos años trabajando en medios:

"me pasé del [...]"

Martín Bal es periodista y desde hace más de 20 años se dedica a la prensa y la comunicación. Es fundador de la consultora "GMB Press", que cuenta con sedes en Miami, Buenos Aires y Montevideo, y clientes en toda Latinoamérica. Sostiene que "Prensa debe tener ADN periodístico". Entre los casos de éxitos de la agencia aparecen por ejemplo Equifax, Kia, Galicia Seguros, Cetelem-BNP Paribas, Grant Thornton, Axis Communications, Tiendamia, Remax Premium, Law Offices of Carla Anzaldi, Verbatim, Avatrip, Rodar Electric, Fundación Bitcoin Iberoamérica, Llongueras, entre otros.

Luego de algunos años trabajando en medios:

"me pasé del otro lado de la cocina, fundando una agencia de prensa. Fruto de estos más de 20 años de experiencia, quiero revelar algunos consejos a la hora de relacionarse por periodistas (basado en casos reales)"" comentó.

Los 10 mandamientos de prensa que propone son:

1. Ojo la demanda: los periodistas reciben en promedio más de 200 gacetillas por día.
2. Los periodistas disponen de sus agendas y tiempos.
3. No llamar ni mandar WhatsApp para avisar que mandaron una gacetilla.
4. Ojo con sus días y horarios de cierre.
5. Algunos están trabajando home office.
6. Es un juego de ida y vuelta, no dejarlos clavados con fechas de cierres de notas.
7. Ayudarlos con la información que precisan de nuestros clientes y fuentes.
8. Jamás mentir ni dar datos erróneos, siempre chequeados.
9. No ofrecer una nota y que luego sea otra la propuesta.
10. Entrevistas: respetar el formato que ellos prefieran.

Por otro lado, es importante recomendar otros aspectos a la hora de relacionarse con periodistas.

1. Googlear al periodista y medio en el que trabaja.
2. Ver sus últimas notas y perfil.
3. Entender los mensajes clave de la compañía.
4. Saber cuáles pueden ser las preguntas sensibles y qué contestar.
5. Responder de forma concreta y clara.

En tanto, sobre la actualidad los medios es clave entender el famoso "contexto" a la hora de armar un contenido. Sin esa bajada de qué está pasando, respaldado por cifras o datos, que describan una situación actual, la noticia no tendrá impacto. Más allá que la gacetilla de prensa, armada como tal con formato de noticia, ha perdido notoriedad, si no es un anuncio importante, no será tenida en cuenta.

Porque se imponen otras novedades, porque ya no existen las noticias mono-fuente, porque tiene que tener un enfoque bien periodístico, para que atraiga a los lectores.

En esta nota: