



Laboratorio de proyectos culturales

Estrategias de intervención **BOLETÍN DE PRENSA**

INTRODUCCIÓN

El boletín de prensa es una forma de tener un contacto con los medios de comunicación, proporcionando la información útil para la difusión de la actividad (concierto, exposición, evento académico, etc.). Por medio de él, damos un aviso o noticia sobre lo que será o ha sido la actividad.

Regularmente los corresponsales de cultura, espectáculos o sociales que suelen atender las actividades desarrolladas en el sector cultura de los periódicos, revistas, radiodifusoras o televisoras no pueden atender toda la demanda de eventos o priorizan unas sobre otras, el boletín, nos ayuda a dar difusión a nuestras actividades de forma tal que lleguen al público y nos sirvan para tener un referente directo de nuestro trabajo.

Las limitaciones que podemos tener al acostumbrar a los medios de comunicación a los boletines de prensa es que no asistan a las actividades, porque les ayudamos a realizar su trabajo (reportear), sin embargo, en la forma de establecer las relaciones públicas con los medios de comunicación podemos tener un balance con ellos para dar a conocer el trabajo realizado.

Es recomendable tener además del boletín, un plan de difusión o promoción con otras herramientas paralelas y acordes con la magnitud de la actividad.

DIRIGIDO A

El boletín de prensa está dirigido a los medios de comunicación, de preferencia impresos y auditivos (radiodifusoras), aunque se puede incluir a las televisoras, se realiza con el fin de que llegue la información al público objetivo.

Se caracteriza por ser más o menos breve, de una cuartilla a tres como máximo.

OBJETIVO

El boletín de prensa sirve para dar difusión de manera enfocada en los medios de comunicación existentes. Podemos distinguir dos tipos de boletín, el previo y el posterior. El previo nos sirve para invitar al público objetivo y dar a conocer el tipo de actividad a desarrollar; el posterior nos permite informar sobre las condiciones de desarrollo de la actividad y el resultado. En ambos podemos incluir algún material extra como fotografías, ficha técnica de la actividad, currículum vitae de nuestros invitados, tarjetas de presentación, boletos de acceso o gafete de prensa, entre otros.

DESARROLLO (Paso a paso)

El boletín de prensa debe ser diseñado para invitar e informar, dar la mayor información al respecto y ser conciso. De preferencia una cuartilla y como máximo tres, a doble espacio, con letra sencilla, la cual podemos contextualizar con la información adicional (currículum vitae, ficha técnica de la actividad, fotografías, etc.)

Antes del boletín de prensa es necesario tener una base de datos de los medios de comunicación de la localidad y de la región, incluyendo los datos generales de la oficina, del director del medio de comunicación correspondiente y de los reporteros fuente (que atiende de manera específica una actividad o espacio) con el fin de tener un trato personalizado.

Debemos de tener en cuenta los siguiente:

Tener una hoja membretada de la organización o evento, a la cual debemos anexar información bajo el siguiente esquema básico propuesto:

Nombre del evento o actividad.

Nombre de la persona o medio de comunicación al que se envía.

Fecha y asunto del boletín.

Descripción de la actividad (cuál es la actividad, para que se hace, con qué objetivo y que se espera de ella; además de la fecha, hora y lugar).

Datos importantes pero breves de nuestros participantes (conferencista, pintor, músico, escultor, académico, ponente, etc.).

Mencionar forma de ingreso y restricciones (por ejemplo: si el acceso es gratuito, o cuáles son los costos; si el evento es dirigido a niños, adolescentes, adultos; si el cupo es limitado).

Firma, fecha y datos de contacto.

A este esquema se le pueden añadir más elementos si se consideran necesarios. Para efectos de su producción y entrega, los he clasificado como: previo y posterior. En ambos tenemos que prever el poco interés en la información, por lo que debemos pensar en la mejor manera de hacerlo atractivo, señalando la información más relevante o darle un título atractivo al boletín. Además de darle un seguimiento a través de llamadas por teléfono con las personas responsables de la información en el medio correspondiente.

Boletín de prensa previo:

En este boletín hacemos el énfasis en la actividad por realizarse, por ello, se debe incluir aspectos relevantes de la actividad a realizar como la trayectoria de los participantes en la actividad, la particularidad de la misma, es decir, exaltar todas las oportunidades que existan de nuestra actividad. En este boletín nos interesa dar una noticia previa de la actividad, por ello debemos crear esa expectativa e interés. Debemos enviarlo dos semanas antes a las oficinas de prensa y darle el seguimiento debido, también, podemos enviar un segundo boletín previo con alguna información extra si no organizamos alguna otra actividad de difusión. Si vamos a tener una entrada restringida podemos anexar boletos de entrada o el gafete de prensa para el medio correspondiente.

Boletín de prensa posterior:

Una vez realizada la actividad, muchas veces la información no se publica (cuando el evento es de un solo día) o la actividad va a durar más días (temporada de teatro, feria, festival) por lo que nos interesa tener un referente o continuar con la publicidad y difusión de nuestra actividad, para ello nos sirve el enviar un boletín de prensa posterior. En este boletín podemos incluir una información del evento de manera atractiva, mencionando el ambiente creado con la actividad, los resultados que tuvimos, algunas de las opiniones de personas con las cuales hayamos conversado con el fin de evaluar la actividad (como un sondeo), pero tratando la información no de manera favoritista, sino siendo críticos con la actividad misma, en este boletín muchos de los medios de comunicación se basan para publicar artículos, por ello el énfasis en su realización más atractiva y no tan meloso. Además de la información podemos anexar fotografías del evento claramente identificadas (título, personas en ella, acción desarrollada, nombre de fotógrafo).

Una de las opciones hoy en día con el uso de Internet es el envío de los boletines de prensa a través de correo electrónico, siempre y cuando tengamos los correos electrónicos del jefe de sección y de reporteros fuente del periódico o revista. De esta forma nos ahorramos el desplazamiento o envío por paquetería. Aunque debemos de darle seguimiento de cualquier forma que realicemos el envío, estableciendo la pauta de una buena relación pública con los medios de comunicación o con patrocinadores.

Buena suerte.

RECURSOS INFORMATIVOS RECOMENDADOS

Recursos en internet:

Páginas de periódicos de México

<http://biblioweb.unam.mx/periodicos/norteam/mexico.html>

<http://www.prensaescrita.com/america/mexico.php>

<http://periodicos.ws/mexico.html>

http://www.virtual-spain.com/periodicos_mexico.html

<http://www.queretaro-mexico.com.mx/mexico/mexnews.html>

Página de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes

<http://portal.sct.gob.mx/SctPortal/>

Página de televisoras

http://mexicochannel.net/cgi-bin/channel_sp.cgi?actual38

http://es.wikipedia.org/wiki/Lista_de_canales_de_televisi%C3%B3n_en_M%C3%A9xico

Sistema de Información Cultural de CONACULTA

<http://sic.conaculta.gob.mx/>

Agencias de información

<http://www.directorio.gob.mx/comunicacionsocial.php?categoria=20>

http://www.unam.mx/Temas/Medios_Comunicacion/Agencias_Noticiosas.html

Elaboración:

Luis Gabriel Hernández Valencia

Correo:

zacek78@yahoo.com

Fecha de elaboración:

20/octubre/2006