

Qué decir cuando llama un periodista



Sobre el autor: Mark A. Kellner, es Director adjunto de noticias para la Adventist News Network. Kellner ha estado publicando desde 1972, y ha publicado tres libros en Estados Unidos. Un antiguo colaborador del diario Los Angeles Times y Christianity Today, y es columnista para The Washington Times desde 1991, Kellner ha trabajado en el equipo de la ANN desde 2003.

Pregunta: ¿Cuántos relaciones públicas hace falta para cambiar una bombilla?

Respuesta: No lo sé, pero se lo averiguaré.

Es un viejo chiste dentro del mundillo, pero como siempre, hay una pizca de verdad, quizás: El portavoz (o la portavoz) son renombrados básicamente por dejar a los periodistas "a la espera" mientras buscan una respuesta a la pregunta del reportero.

Habiendo estado en ambos lados de la barrera -como entrevistador, y recientemente, como entrevistado- puedo testificar que es frustrante para un periodista escuchar la frase "espere un momento", aunque esa frase pueda "salvar la vida" (o al menos la carrera) de un comunicador, algunas veces.

Aquí van algunas ideas rápidas sobre el rol de un portavoz:

1. Su trabajo consiste en representar a su cliente, no ser el mejor amigo de un periodista. Si está representando a una conferencia, hospital, escuela o institución, o cualquier otro -ellos y su misión están en primer lugar. La institución le ha contratado, le paga el salario, y le debe lealtad. Si encuentra que no puede ser leal a la institución, entonces dimita.
2. Tiene que ser honesto, pero no "irse de la lengua". Que su "sí" sea un "sí", y su "no" sea un "no", pero no añada más detalles que no son conocidos, probados o prudentes. Un ejemplo de comunicación en caso de crisis sería reconocer -si lo permiten los abogados de su institución- que el "abuso" tuvo lugar. Pare allí. No comente la vida de las víctimas, perpetradores o cualquier otro. No especule. No brinde opinión alguna. Nada de eso forma parte de su trabajo.
3. Si sabe algo pero no puede decir nada, diga que conoce datos, pero que no puede facilitarlos. Hay situaciones en las que se le pueda facilitar algún detalle, pero en las que no tendrá permitido revelarlo. Es mejor admitir esto antes que "marear la perdiz": alguien le pillaré, y tendrá una relación dañada con los medios de comunicación.
4. Sea breve, sea claro, sea específico -cuando pueda. Intente reducir sus pensamientos a "ritmo de sonido", especialmente para la radio o la TV, e incluso para la prensa. (Sé de un periódico en el que hay un edicto: a menos que sea un reportaje especial, o esté aprobado por el editor, ninguna historia va más allá de 20 pulgadas [50 centímetros] en columna. Punto final). La brevedad es la clave para ganar puntos. Evite palabras escurridizas, o comentarios que puedan ser malinterpretados.
5. Haga espacio para los errores. Es humano, y también los periodistas. Si se dice algo incorrectamente, si ha conocido más información poco después, si el "diario cornetilla" tergiversó (o destrozó) sus declaraciones, sea elegante, directo, y rápido en buscar una corrección. Admita sus errores rápidamente -ganará tantos al hacer esto.

Como mencioné, he estado en ambos lados en este trabajo. No es fácil, pero un portavoz puede hacer mejor su trabajo manteniendo los pies en el suelo, sus ojos en la meta, y sus palabras justas y respetuosas.

Artículo traducido de: KELLNER, Mark A. (2006) "Media Tips: What to say when a reporter calls". En: *Practicing Communicating*. Septiembre 2006. p. 1.

Fuente : <http://comunicacionadventista.blogspot.com/>