

PROCESO DE CONSULTORÍA PARA LA GESTIÓN DE MEDIOS ASESORAMIENTO DE MEDIOS Y MEDIA TRAINING

Enfrentar con éxito a la prensa

1. Introducción.-

Henry Kissinger dijo cierta vez en una conferencia de prensa en la Casa Blanca, algo que define muy bien lo que es, en esencia, el media training: "*Espero tengan preparadas sus preguntas para mis respuestas*".

El media training, o entrenamiento de voceros, es una técnica que, si ha sido debidamente impartida y aprendida por el vocero de cualquier clase de organización (política, empresarial, gubernamental, etc.), le permite comunicar de una manera efectiva sus mensajes y mantener el control de una entrevista periodística. De hecho la premisa básica del media training es que a una entrevista de prensa no se va para responder preguntas sino para comunicar mensajes.

El media training abarca un conjunto de técnicas que ayudan al vocero (gerentes generales, directores de relaciones públicas, altos funcionarios, autoridades locales, etc.) a lograr este propósito. De un lado se explica cuáles son las "trampas" que con mayor frecuencia utilizan los periodistas en el desarrollo de una entrevista para lograr que su entrevistado caiga en contradicciones, hable sobre lo que no debe -o no le conviene- o simplemente se atolondre, perdiendo así el control de la situación. Al mismo tiempo se explica al vocero las técnicas para evitar caer en esas trampas, para poder pasar así de una pregunta agresiva a la comunicación de mensajes, proceso que en comunicación corporativa se conoce como **bridge** (puente) y el Media Training está inserto en este proceso.

En estos tiempos en donde cada vez más empresas y organizaciones pugnan por un espacio en los medios de prensa para comunicar sus mensajes no hay lugar para la improvisación. Es verdad que "Una imagen vale más que mil palabras" pero, esa imagen puede ser buena o mala. El resultado dependerá únicamente de su preparación, y un media training bien impartido puede hacer la diferencia.

2. Objetivos.-

- Una mejor comprensión del funcionamiento de los medios de comunicación.
- Contar con los conocimientos y destrezas para afrontar a la prensa
- Lograr una comunicación asertiva.
- Desarrollar una divulgación estratégica y proactiva de la institución o empresa.
- Conocer detalles sobre los tipos de entrevistas que pueden aprovechar.
- Buscar oportunidades y abrir nuevos canales de comunicación.

3. Importancia del Manejo de los Medios de Prensa.-

La formación sobre Medios de Prensa es fundamental para mantener los intereses de la institucionalidad como la imagen, la credibilidad, los clientes o beneficiarios, la opinión sectorial (política) y la opinión pública de manera efectiva a partir de métodos de entrenamiento para los voceros y desarrollar matrices para la conducción exitosa de las relaciones exteriores de la institución o empresa.

Es de alta relevancia la preparación institucional, no sólo en caso de un adecuado manejo de las comunicaciones, sino además para ser interlocutores válidos de su propia información, es decir, ser capaces de transmitir mensajes efectivos, logrando enfocar los temas hacia estos, y manejando los distintos medios de comunicación como forma natural de desplazamiento de esos mensajes en forma de noticia, evitando la tergiversación, la contradicción, el doble discurso y la falsedad; los cuales atentan seriamente contra la credibilidad y fortaleza institucional o empresarial; todo ello, se establece a partir de sus representantes públicos, interlocutores o voceros.

La estrategia implica no sólo el acercamiento adecuado hacia los medios de comunicación como forma de transmisión y difusión de lo que se quiere dar a conocer, sino además de estar preparados para salvaguardar los intereses institucionales, políticos y económicos ante casos de crisis o de hechos que enfrentan a la institución o empresa.

- Ser fuente de información oficial (validez)
- Ser interlocutores hacia todos los frentes (pluralidad)
- Saber qué decir, cuándo decir, y por qué decir (audacia)
- Proteger los intereses institucionales (solidez)

4. De la Consultoría.-

4.1 Generalidades:

La Consultoría en Asesoramiento de Medios y Media Training es un proceso acotado a un período de doce meses (12 meses) extensibles que permitirán los diagnósticos necesarios para establecer las características de las estrategias que deben diseñarse de acuerdo a los estados situacionales, las limitaciones, realidades y requerimientos políticos, tecnológicos y materiales.

4.2 Metodología:

La metodología deberá acoplarse a los diagnósticos anteriores y que determinarán los lineamientos estratégicos a seguirse, es decir, deberá ser a medida de la institución o empresa.

4.3 Procesos:

Los procesos son las etapas a consideración que deberían llevarse a cabo dentro del marco estratégico de la Consultoría. Estos deberán ajustarse a la realidad de la institución o empresa a fin de gestionar procesos constructivos focalizados y que permitan avances progresivos determinados y proyectados al desarrollo sostenible de la comunicación a través de los voceros.

4.3.1 Diagnósticos primarios

- Documentos de gestión
- Medios de comunicación externa e interna
- Avances de Media Training
- Perfil de los directivos o funcionarios

4.3.2 Abordamiento de problemas

- Voceros
- Relaciones exteriores

- Recursos

4.3.3 Gabinete de Prensa

- Constitución
- Funciones y procedimientos
- Medios y herramientas

4.3.4 Voceros

- Determinación de voceros (escalas)
- Entrenamiento de voceros
- Ensayos prácticos
- Manejo de crisis (pronunciamientos)

4.3.5 Estudio y seguimiento

- Análisis FODA
- Análisis de hechos afrontados por otras instituciones o empresas

5. De la Consultora.-

MAINLAND es una Consultora que forma parte de la Red Empresarial del Grupo FBCORP Found Business Corporation S.A.C., empresa peruana de investigación y estudios sociales para el desarrollo que opera desde el 17 de Octubre de 2003.

Grupo FBCORP - Found Business Corp.

Nuestro Grupo empresarial se ha comprometido con la causa de lograr los objetivos propuestos en los proyectos que llevamos a cabo con la convicción que no existe nada imposible y que toda acción debe versar íntegramente en nuestra ética y credibilidad con el fin de generar confianza y satisfacción para nuestros clientes.

La innovación es parte de nuestro proceso de gestión y es por ello que contamos con un fantástico grupo humano formados, bajo nuestras directrices políticas, para ser profesionales cabales y responsables, dentro y fuera de nuestra infraestructura.

Nuestro Grupo especializado **MAINLAND**

MAINLAND es un departamento especializado en sostenibilidad organizacional orientado al fortalecimiento del aparato organizativo intrínseco y sus relaciones exteriores a través de procesos de Consultoría multidisciplinarios a fin de obtener los elementos de diagnósticos necesarios suficientes para la toma de decisiones permitiendo la viabilidad de las estrategias diseñadas y las acciones fijadas para el logro de los objetivos propuestos, ya sean estos establecidos para el corto plazo o acotados en el tiempo; logrando, de esta manera, el desarrollo organizacional sostenido que garantice el éxito del proyecto empresarial de nuestros clientes.

Somos considerados empresa "TOP" de Hispanoamérica en procesos tecnológicos aplicados a procesos de Consultoría según la empresa de investigación francesa Focus & Performance, entidad declarada como "Empresa Innovadora" por la Agencia Francesa de Valorización de la Investigación – ANVAR.

Contamos con metodología propia, diseñado para los lineamientos empresariales más complejos y particulares. De esta manera logramos una aplicación de servicio íntegramente personalizado y con propuestas para cada caso. Somos, en síntesis, un grupo de soluciones de negocios y soporte constante para nuestros clientes.

6. Aspectos finales.-

La temática del manejo de medios a través de interlocutores institucionales o voceros y imprescindible en el aparato comunicacional de la organización y, no sólo debe saberse quienes son los voceros y los canales de comunicación; sino mucho más importante es saber tratar a la prensa en todas facetas, sean estas favorables y con mucha más justificación si es que no lo son; por lo que se debe señalar los lineamientos estratégicos adecuados para afrontar esta relación que en resumen es inevitable institucionalmente.

Nuestra empresa combina varios conceptos sobre la estrategia de medios y el media training lo cual nos permite aplicar nuevas metodologías que permitan el constante adiestramiento institucional para las relaciones exteriores a través de los medios de prensa.

Es fundamental contar con estrategias integrales complementarias a este tema como el monitoreo de medios, agencia de medios, plan de comunicación externa, elaboración de herramientas y materiales para la comunicación, documentos de gestión, entre otros procesos como una visión holística de la problemática de las relaciones exteriores de una organización, lo cual demanda un gran esfuerzo de quienes tienen las riendas de la entidad.

Observaciones:

El presente documento representa un compendio general para el proceso de Consultoría sobre Asesoría de Medios y Media Training. No representa una propuesta Técnica por parte de nuestra firma empresarial para la entidad que posea este documento.

Contáctenos:

Telefax:	(511) 225 - 6544
Sitio Web:	www.fbco.biz
Plataforma Extranet:	www.mainlandsystem.com
Gerencia General:	gg@fbco.biz
Dirección de Proyectos:	pro@fbco.biz
Informes:	info@fbco.biz
Dirección:	Malachowsky 209, Of. 301 San Borja, Lima - Perú