



Glosario de Comunicación y RR. PP.

En OIM Comunicación & Negocios hemos empezado a realizar una compilación de los términos que más se usan en el mundo de la comunicación y las relaciones públicas. Algunos de ellos están en inglés debido a que así se usan cotidianamente.

Nuestro objetivo, es generar un glosario práctico (que actualizaremos periódicamente) que permita conocer el significado de esas palabras o términos de uso frecuente en el ejercicio de nuestra profesión.

A **Agencia de Comunicaciones**
Empresa especializada en brindar servicios de consultoría estratégica en comunicación interna y externa; y en desarrollar campañas de relaciones públicas (RR. PP.) a las organizaciones que la contraten.

B **Boiler Plate**
Breve descripción de la empresa de la cual se está hablando dentro de un comunicado o nota de prensa. Generalmente va al final del documento

Byline
Son consejos o artículos escritos por alguien de gran importancia dentro de una empresa (o la empresa por si misma) acerca de temas dentro de los cuales tienen influencia. Estos artículos son preferidos por los medios ya que por lo general, suelen estar hechos con anticipación y son contenido fácil de publicar.

Calendario Editorial
Agenda de los temas especiales que tratarán diversos medios de comunicación en determinado periodo de tiempo (mensual, bimensual, trimestral, semestral o anual).

C **Circulación**
Es la cantidad total de copias impresas que un medio impreso tiene disponible para sus lectores - ya sea en puestos de revistas/periódicos o a través de suscripciones-

Clip / Clipping
Clip es la publicación obtenida fruto de una acción de prensa en un medio de comunicación, es una evidencia de los resultados obtenidos. Clipping es la compilación de clips publicados en diferentes medios de comunicación. También se refiere a la copia física que se le entrega al cliente de ese artículo, noticia, etc.



Comunicado de Prensa / Nota de Prensa / Press Release

Es un escrito sobre un tema determinado que se distribuye entre los periodistas para que estos se encarguen de su difusión a través de los medios de comunicación que representan si estos lo consideran noticioso y relevante para sus audiencias.

D

Director de Comunicación y Relaciones Públicas

Responsable de la gestión de la comunicación y las relaciones públicas de una organización. También es llamado popularmente Dircom.

Dossier de Prensa

Documento básico de la campaña de relaciones públicas que contiene información que refuerza y complementa una nota de prensa - tiene una importancia documental más que noticiosa- pero que también puede y debe tener valor periodístico en sí mismo.

Embargo

El intercambio de información confidencial y relevante entre un profesional de relaciones públicas y los medios de comunicación que no puede ser publicada sin antes fijar y estar de acuerdo sobre la hora y la fecha.

E

Exclusiva

Es el ofrecimiento preferencial de alguna noticia a un medio importante para que éste sea el primero en hacer uso del mismo y publicarla. Ésta información no se le compartirá a ningún otro medio antes de que el primero haga uso de ella.

Entrevista

Acto informativo en el que un portavoz responde a las preguntas de uno o más periodistas. En el caso de que se trate de una entrevista con un solo periodista se le conoce como entrevistas uno a uno.

Las hay también:

- Las **entrevistas satélites** que se caracterizan por que el portavoz no ve al periodista sino que escucha sus preguntas a través de unos audífonos o teléfono.

- Las **entrevistas “melé o chacaleo”**, son llamadas así en Latinoamérica y tratan de explicar de una manera gráfica la forma como un grupo de periodistas aborda abruptamente a un portavoz casi obligándole a responder a sus preguntas.

- La **entrevista emboscada** se da en un momento en que no lo espera el portavoz, buscando provocar una reacción en éste.

Media Training / Entrenamiento en Medios

Es la preparación por la que pasan los ejecutivos de una compañía para tratar con la prensa. Es un entrenamiento que forma voceros capaces de relacionarse con periodistas en entrevistas, eventos o almuerzos corporativos.

M

Mensajes Clave (Key Messages)

Enunciados breves, claros y sencillos que sintetizan los mensajes que la compañía quiere dar a conocer a la luz pública. Se caracterizan por ser concretos y responden a la planeación estratégica de la organización.

N

Newsletter

Material informativo que se encuentra a medio camino entre una revista y un folleto. Tiene la inspiración de un periódico en su diseño y en la organización de los contenidos.

O

Owned Media / Medios Propios

Contenido creado de manera propia o por el cliente en blogs de la compañía, web de la empresa y perfiles de redes sociales corporativas.

Press Kit

Es un paquete de material promocional que se entrega a los miembros de la prensa para informarles acerca de un producto, servicio o ejecutoria.

P

Pitch

Contacto específico con un periodista para darle una información con el objetivo de que la considere y le brinde cobertura mediática.



Glosario de Comunicación y RR. PP.

Público

Es la audiencia interna y externa objetivo de alguna empresa u organización.

Relaciones con los medios / Free Press / Publicity

Contactos profesionales con los periodistas con el fin de ofrecerles información, entrevistas con voceros y otros en un marco de respeto a la libertad de expresión y confianza mutua.

Relaciones Públicas

Establecimiento de buenas relaciones con los diferentes públicos de la compañía mediante la obtención de propaganda favorable, la creación de una buena “imagen corporativa” y manejando o negando los rumores, relatos o eventos desfavorables. Entre los principales instrumentos de las relaciones públicas se cuentan las relaciones con la prensa, la publicidad sobre el producto, las comunicaciones corporativas, el cabildeo y las asesorías.

Rueda de Prensa / Conferencia de Prensa

Acto con carácter extraordinario en el que se convoca a un gran número de periodistas para hacerles partícipes de una información noticiosa importante.

Tour de Prensa / Press Tour

Se hacen con anticipación al lanzamiento de un producto o servicio en el que se pretende informar a la prensa acerca del mismo. Así, los medios pueden entrar en contacto o probar el producto o servicio y así, escribir artículos de interés.

Nota: periódicamente estaremos nutriendo este glosario con nuevos términos y sus significados. Si desea incluir un término y su significado, por favor envíelo al correo electrónico: opcion@opcion.co. Cualquier sugerencia es bienvenida.

Fuentes:

- <http://propertypr.com.mx>
- Libro Relaciones Públicas con Influencia. Octavio Isaac Rojas Orduña. Madrid 2005
- OIM Comunicación & Negocios

