**ANEXO 4.2. Decálogo de las relaciones con los periodistas**

**1. Hable con claridad y sin tecnicismos**

Piense que se está dirigiendo a públicos amplios. **Hablando con un lenguaje sencillo,** se asegurará de que todo el mundo le entiende.

**2. Utilice tan sólo unos pocos mensajes clave**

**Elija bien,** antes de la entrevista, la declaración o la rueda de prensa, **los mensajes que quiere enviar al público.** Aproveche cualquier oportunidad para repetir esos mensajes.

**3. No está obligado a conocer todos los datos**

Si no está seguro de una respuesta, no se arriesgue. Diga al periodista que le dará la respuesta tan pronto como la conozca.

**4. Conozca al entrevistador**

Si es posible trate de ver previamente el programa en el que vaya aparecer, o lea algunos artículos del periodista que le va a entrevistar. Es una forma de evitar sorpresas.

**5. Sea persona antes que técnico o directivo**

**Los mensajes emocionales son universales:** llegan a todo el mundo y son fáciles de entender.

**6. Recuerde el objetivo**

**El objetivo** en los primeros momentos **de la crisis es demostrar que se es una empresa socialmente responsable, colaboradora y transparente.** Demuéstrelo.

**7. Anticipe las preguntas y sus respuestas**

Hay que prepararse para todo tipo de preguntas, incluso esas que no nos gustaría que nos hiciesen. Sea consciente de que “lo que va mal es noticia”.

**8. Desarrolle su propia entrevista**

Algunas veces los periodistas no se pueden tomar el tiempo de preparar la entrevista.

Esto representa una oportunidad de introducir, con tacto, los temas de los que usted quiere hablar.

**9. Ensaye**

Realice algún ensayo por su cuenta con compañeros. A otro experto se le pueden ocurrir preguntas y respuestas que usted no haya tenido en cuenta.

**10. Bajo ningún concepto se muestre agresivo con nadie**

Una sola muestra de agresividad, puede destrozar todo el trabajo positivo hecho.