

Mediaddress____

Media contact

“Periodistas y gabinetes de prensa: una relación complicada”

The Eye of Journalists on PR | Europe 2023   

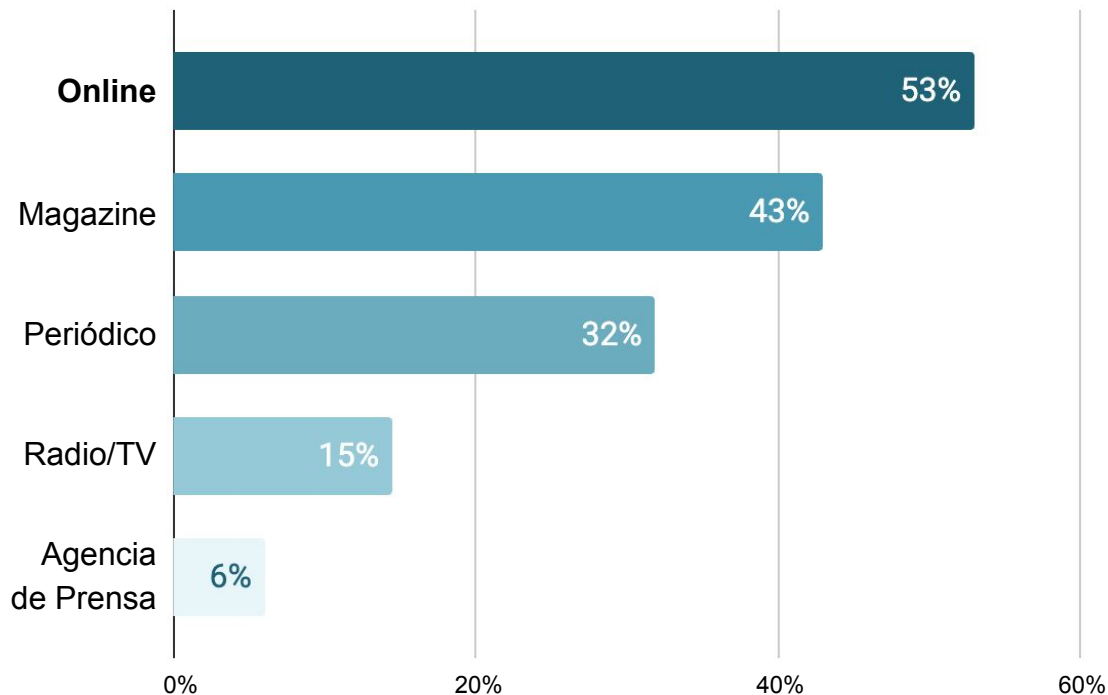
Introducción

En el mes de mayo de 2023, **Mediaddress extendió a España y Francia la investigación “The Eye of Journalists on PR”**, que ya se había efectuado en Italia en abril.

Esta segunda edición de la investigación, con una participación de casi **700 periodistas y más de 25.000 respuestas recogidas y analizadas**, proporciona un cuadro aún más amplio e interesante sobre la relación entre periodistas y gabinetes de prensa.

Hoy **estamos encantados de compartir contigo nuestras reflexiones sobre los puntos más significativos**, los aspectos de discontinuidad entre los países objeto de estudio y, en la segunda parte del documento, el informe completo sobre los resultados del estudio, la media europea y los datos registrados por cada uno de los países.

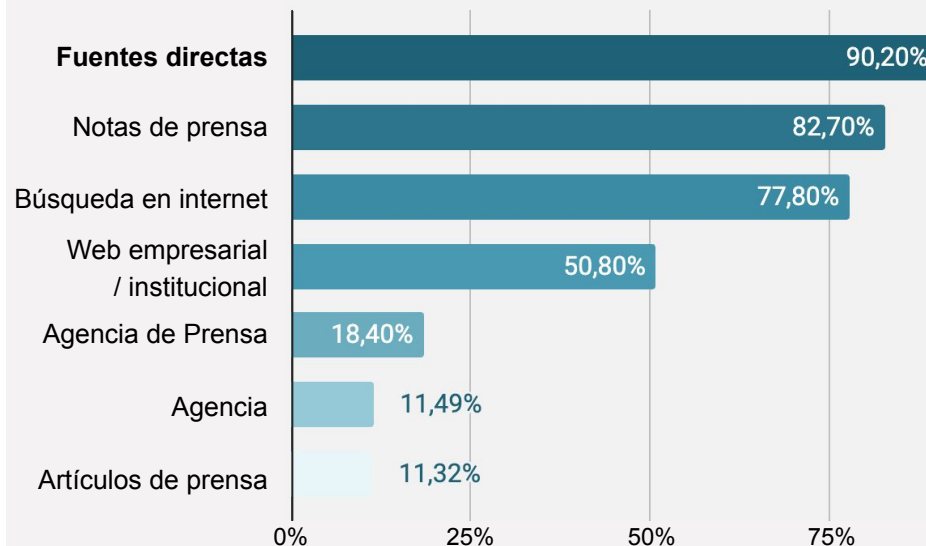
¿Para qué tipología de medio trabajas?



Fuentes y canales de relación

Fuentes directas (90,2%), notas de prensa (82,7%) y búsquedas online (77,8%) son las **principales fuentes de información para los periodistas europeos** que deben escribir un artículo.

Quando escribes tus artículos,
¿qué instrumentos utilizas para obtener
información?



Fuentes y canales de relación

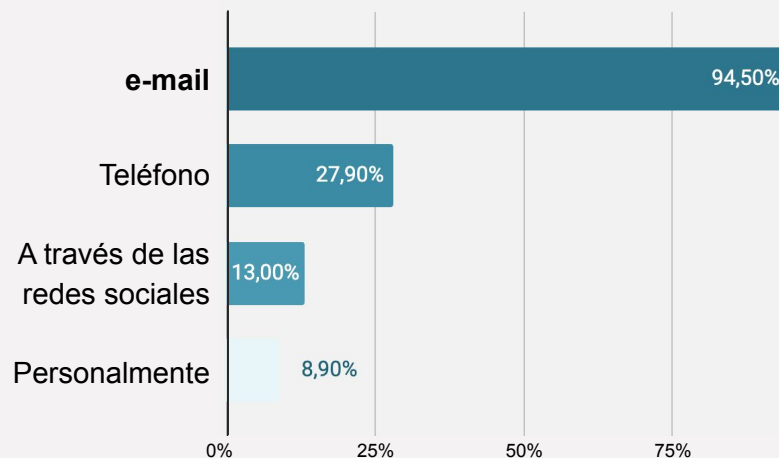
No cabe duda sobre el **canal a utilizar para contactar con los periodistas**.

El 94,5% prefiere ser contactado por los gabinetes de prensa por email.

El 27,9% de los encuestados también aprecia las llamadas telefónicas.

Solo el 13% considera adecuadas las redes sociales, utilizándolas como máximo como un canal para compartir comunicados (23,1%).

¿Cómo prefieres ser contactado por un gabinete de prensa?



¿Consideras las redes sociales un instrumento útil para recibir notas de prensa de empresas/entidades?



Fuentes y canales de relación

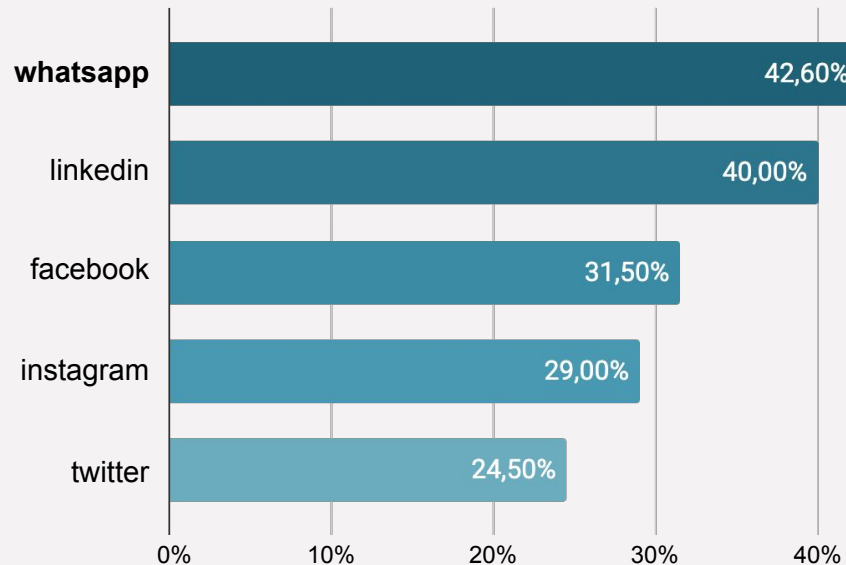
El 96% de los periodistas utilizan **las redes sociales**, aunque no es un canal de gran aceptación en los gabinetes de prensa.

El más utilizado es Whatsapp (42,6%), seguido por LinkedIn (40%), Facebook (31,5%) e Instagram (29%).

Es un mito que X (ex Twitter) sea el social network preferido de los periodistas ya que: sólo el 24,5% de los periodistas entrevistados declara utilizarlo.

Menos presentes en las redes sociales los periodistas franceses, que utilizan exclusivamente LinkedIn (33%). Sin embargo, solo el 4% de los periodistas son "no sociales".

¿Qué redes sociales sueles utilizar?

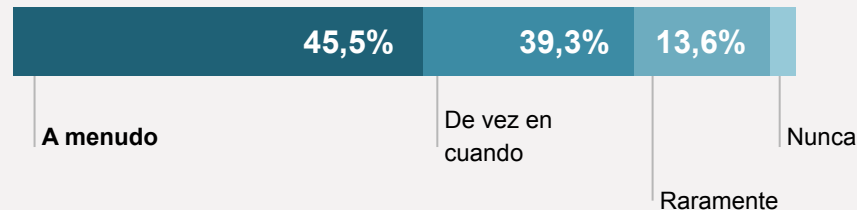


Fuentes y canales de relación

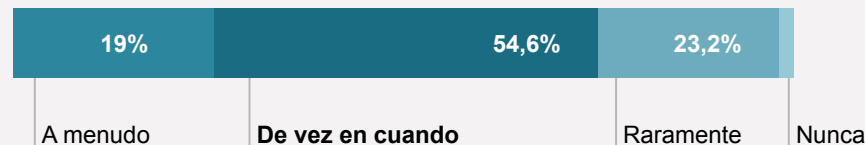
En el ámbito de las **relaciones en persona**, el 85% de los encuestados asiste regularmente a las **conferencias de prensa**.

El 45,5% participa con frecuencia, y para 3 de cada 4 periodistas, estas conferencias son oportunidades útiles de encuentro y networking.

¿Tienes la oportunidad de asistir a presentaciones o conferencias de prensa?



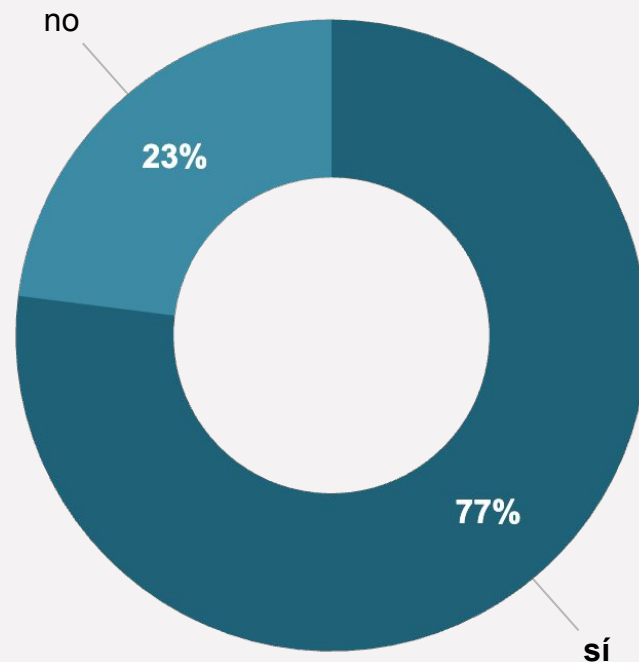
En general, ¿cuánto consideras útil una conferencia de prensa?



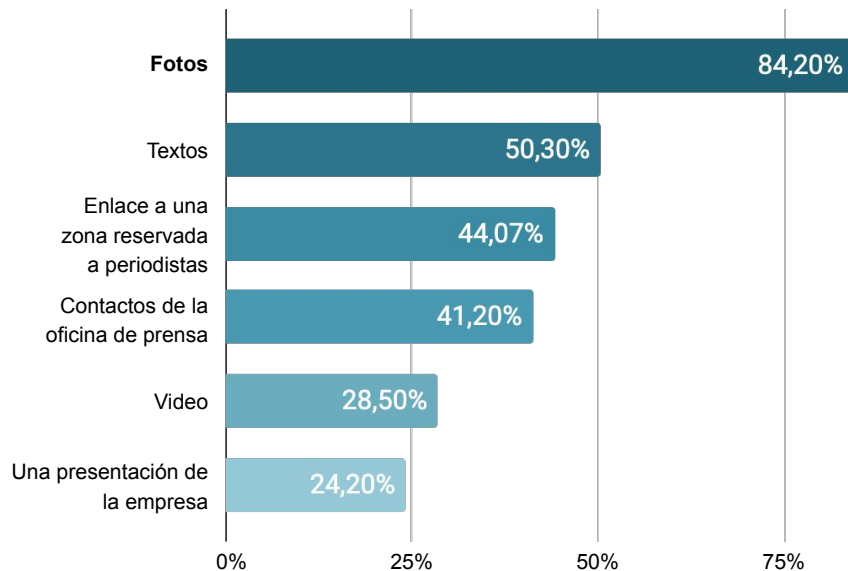
Comunicados de prensa, luces y sombras

En términos generales, el 76,9% de los periodistas entrevistados considera **los comunicados de prensa como una fuente autorizada** y, además, les gustaría recibir fotos (84,2%), textos de profundización (50,3%) y enlaces a salas de prensa dedicadas (44%), que ya son visitadas por el 63,8% de la muestra.

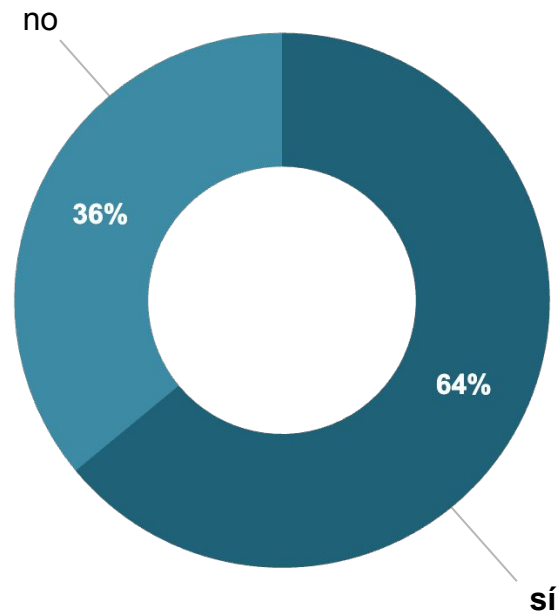
Según tu experiencia, ¿consideras que los comunicados de prensa son fuentes fiables?



¿Qué consideras que es útil recibir junto con la nota de prensa?



¿Estás registrado en alguna sala de prensa (área reservada para periodistas) en sitios web de empresas o entidades?



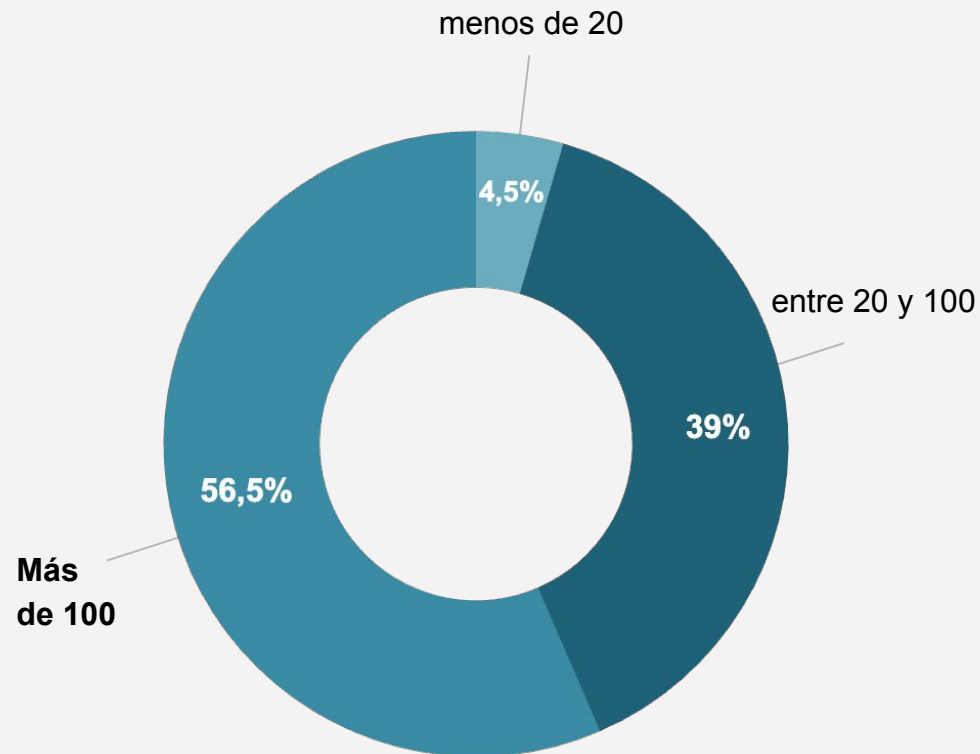
Comunicados de prensa, luces y sombras

Sin embargo, la cantidad de comunicados de prensa que reciben los periodistas, muy por encima de los 100 comunicados por semana para el 60% de los encuestados, parece ser excesiva.

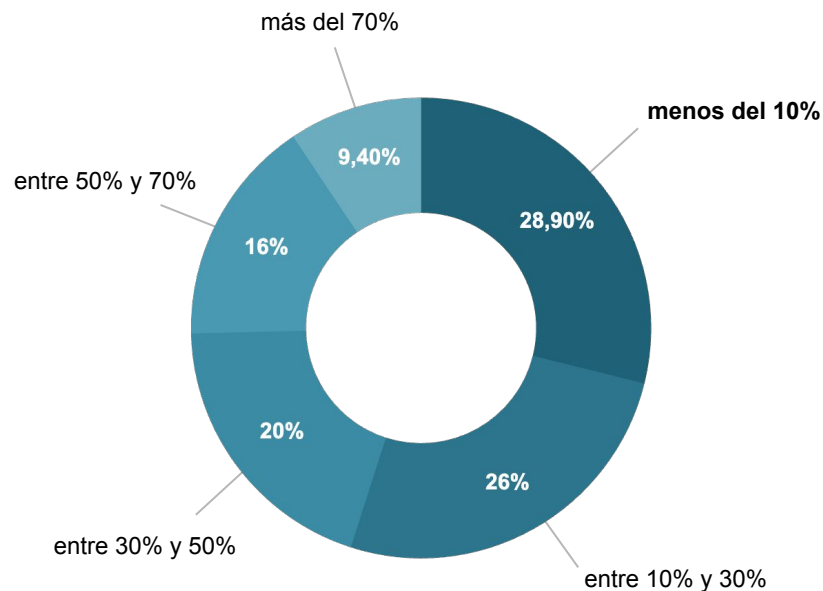
Esto se evidencia en los datos relacionados con los comunicados que ni siquiera se abren: alrededor del 75% de los encuestados lee menos de la mitad de los comunicados que recibe y el 30% lee menos de 1 de cada 10.

¿Las razones? No se ajustan a los intereses del periodista (80%), no se consideran útiles (60%) y falta de tiempo (40%).

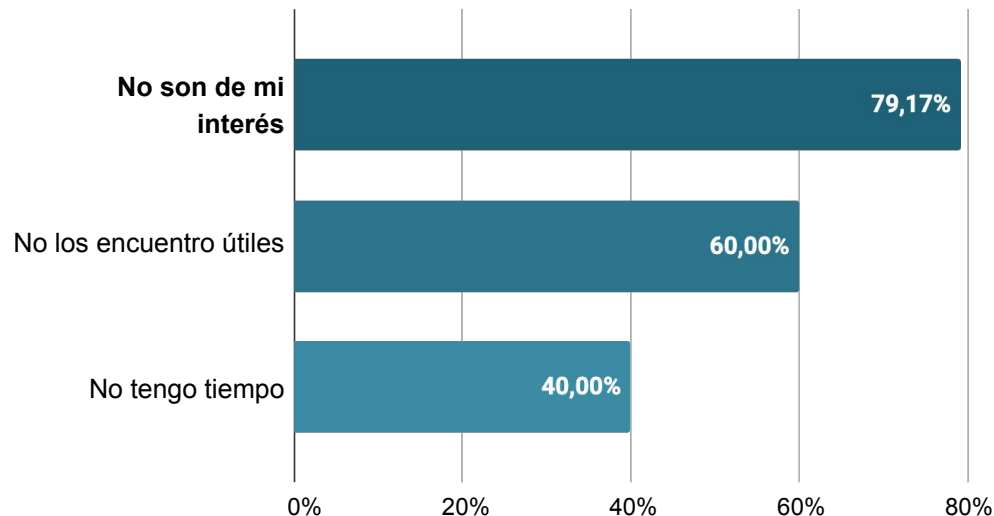
¿Cuántos comunicados de prensa recibes a la semana?



Si recibes 100 al día, ¿cuántos comunicados de prensa lees (aunque sea parcialmente / solo el título)?



Si piensas en los comunicados que no has leído, ¿cuáles son las principales razones?



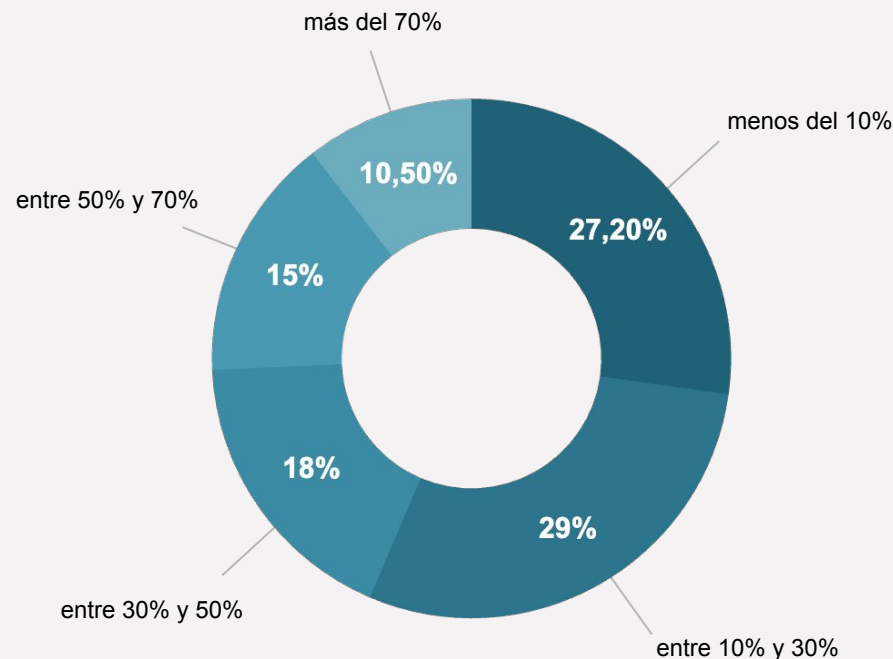
Comunicados de prensa, luces y sombras

De las respuestas de los periodistas se desprende que el 75% de los encuestados considera realmente útil menos de la mitad de los comunicados de prensa, cifra que aumenta al 80% en Italia y al 83% en España.

Este dato se debe principalmente al alto número de comunicaciones fuera de tema o porque no son exhaustivas (como se mencionó anteriormente).

Es importante destacar que la selección a menudo se realiza a través de una vista previa que el periodista consulta en su teléfono móvil (título, remitente, presencia o ausencia de imágenes y adjuntos).

Piensa solo en los comunicados pertinentes a los temas que abordas, si recibes 100 en total, ¿cuántos de estos son útiles para tu trabajo?

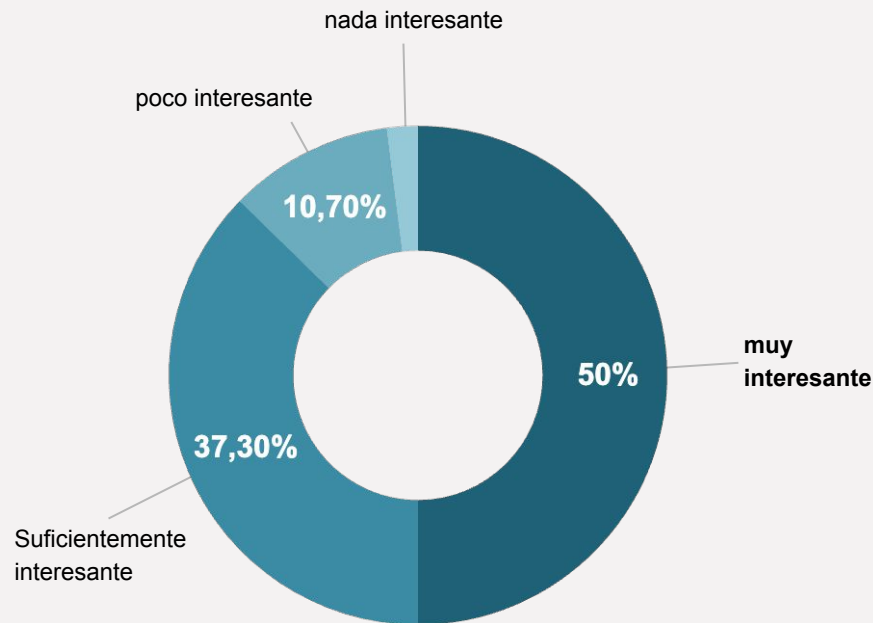


Deseada

De la investigación se deduce un interés significativo en soluciones capaces de racionalizar la gestión de los comunicados y la relación con las oficinas de prensa:

Una base de datos con **los contactos de todos los jefes** de prensa despierta el interés del 87,3% de los encuestados.

¿Cuánto te resultaría interesante tener acceso a una base de datos con todos los contactos de los jefes de prensa?



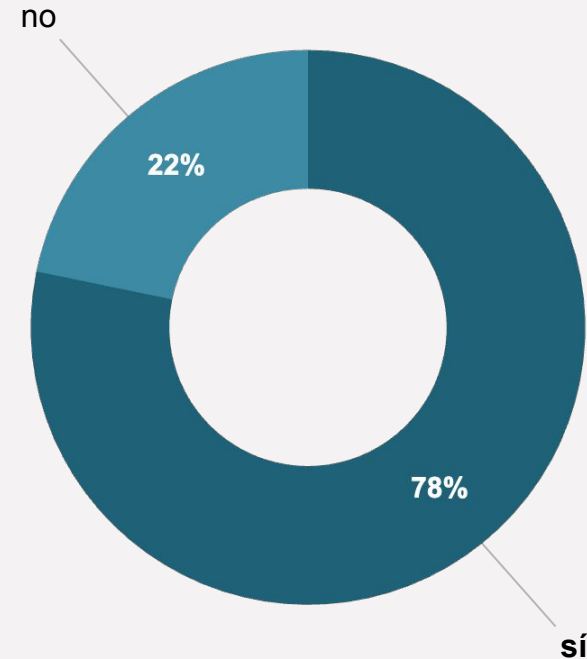
Deseada

El 78,3% apreciaría un **calendario** completo y actualizado de las **conferencias de prensa programadas**.

El 75,8% muestra interés en una plataforma de archivo donde encontrar todos los press kit de empresas y entidades.

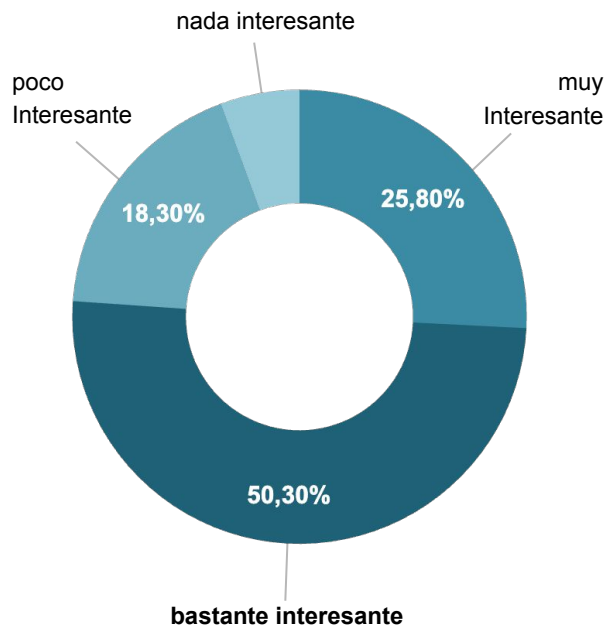
El 75% de los encuestados considera útiles o muy útiles los agregadores de comunicados de prensa. Aquí observamos una gran diferencia entre los periodistas de los países involucrados, ya que el 61% en Francia ya ha utilizado estas herramientas, mientras que solo el 20% en Italia y el 12% en España.

¿Sería útil para ti tener a disposición un calendario de conferencias de prensa?

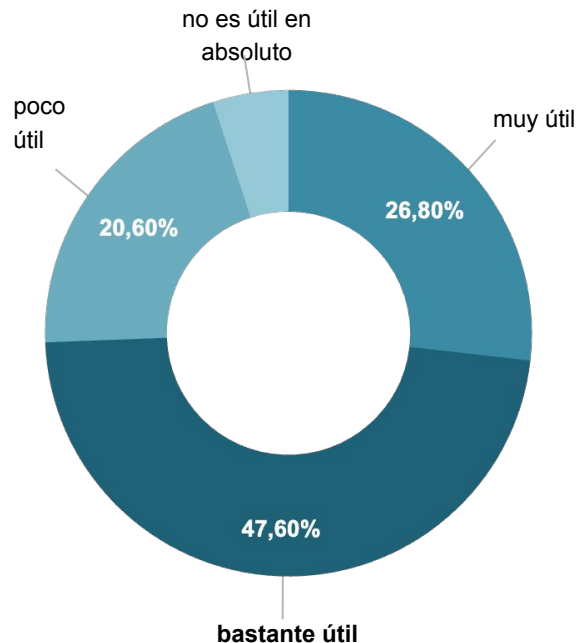


Deseada

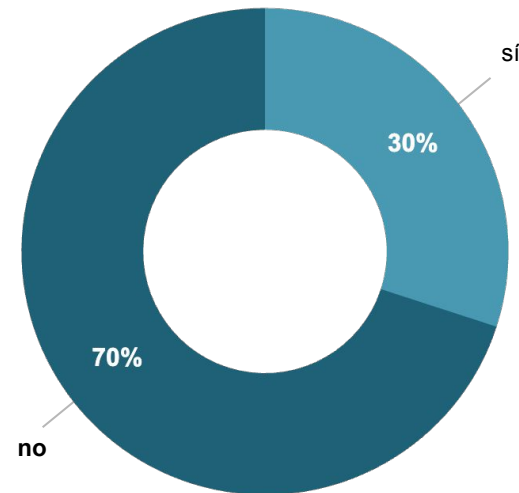
¿Cuánto sería útil para ti poder disponer de una plataforma donde encontrar todos los kits de prensa de empresas/entidades?



¿Cuánto sería útil para ti y tu trabajo un agregador de comunicados de prensa?



¿Has utilizado algún agregador de comunicados de prensa en el pasado para tus investigaciones?

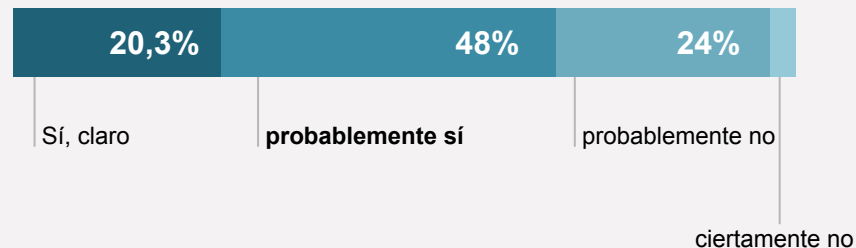


Deseada

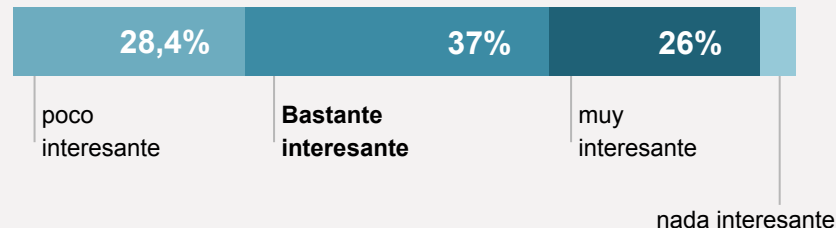
El 68,3% apreciaría **un sistema para organizar los comunicados** según sus intereses, siempre y cuando sea gratuito.

Por último, el 63% de la muestra consideraría útil tener acceso a los contactos de sus **colegas periodistas**.

¿Considerarías un sistema/servicio que organice los comunicados de prensa según tus intereses?



¿Te resultaría interesante tener acceso a los contactos de otros periodistas en diversas redacciones?



Conclusiones

Si bien por un lado, el comunicado de prensa **confirma su centralidad** en la relación entre periodistas y gabinetes de prensa, **por el otro, surge el tema de la sobreabundancia** de información y la escasez de tiempo (vinculada a la baja eficiencia de las herramientas para acceder a ella).

La investigación, ampliada a periodistas españoles y franceses, confirma **dos problemáticas ya expresadas por la muestra italiana**.

Surge luego la **necesidad de nuevos touchpoints y servicios que faciliten a los periodistas la consulta y gestión de contenidos**.

1

Las **bandejas de entrada de los periodistas están saturadas** de demasiados comunicados que tienen poco o nada que ver con sus intereses, tanto que **menos de la mitad se abren realmente**.

Es un interés primordial para las propias oficinas de prensa lograr **afinar la segmentación** de sus envíos, utilizando contactos actualizados y correctamente categorizados por temas de interés.

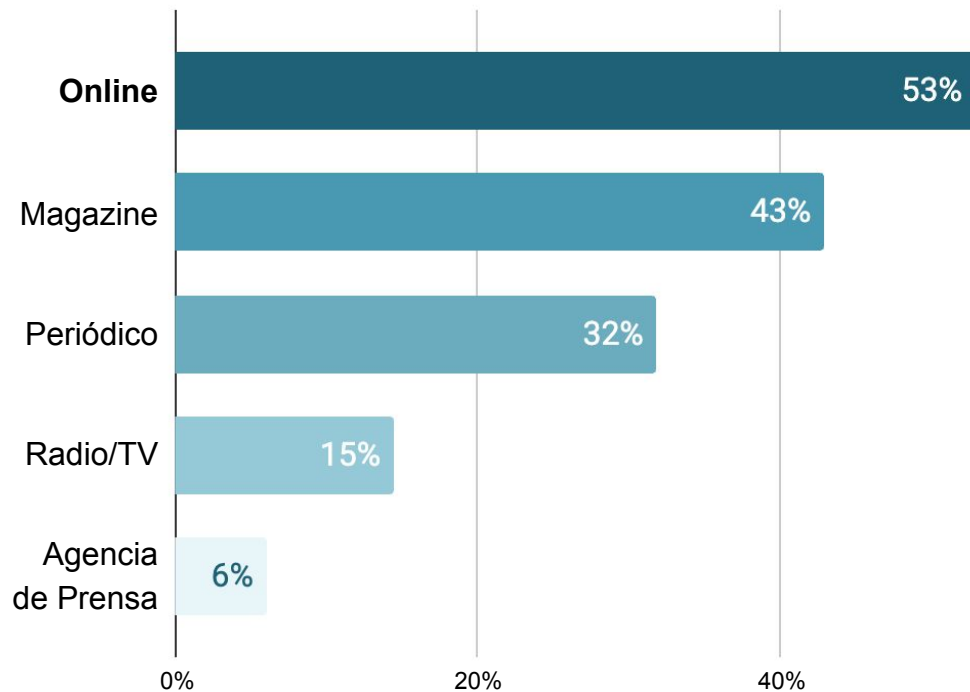
2

Gran parte de los comunicados que los periodistas leen **resultan poco exhaustivos**. Surge la exigencia de paquetes de contenidos más ricos, articulados y fácilmente accesibles para el periodista, de los que el comunicado debe ser una portada eficaz.

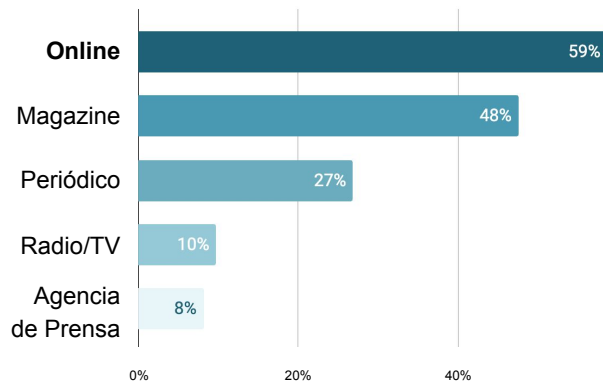


Las respuestas al cuestionario

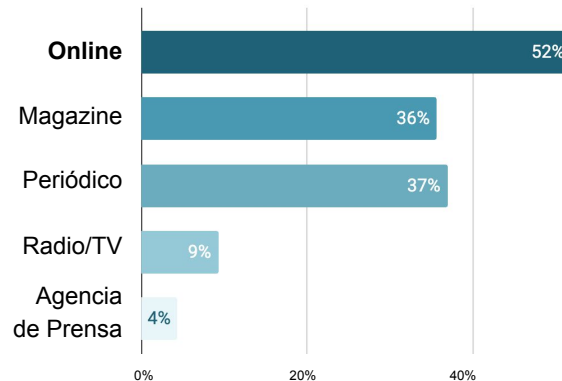
01. ¿Para qué tipología de medio trabajas?



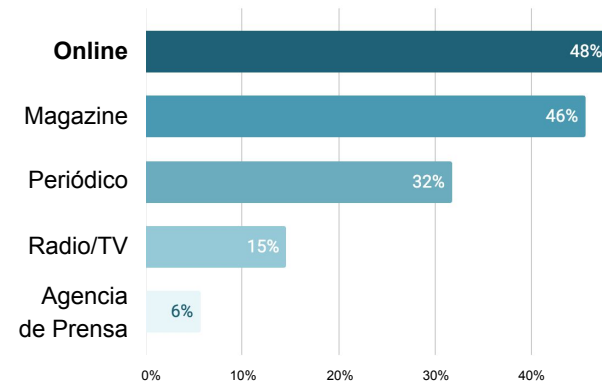
01. ¿Para qué tipología de medio trabajas?



 Italia

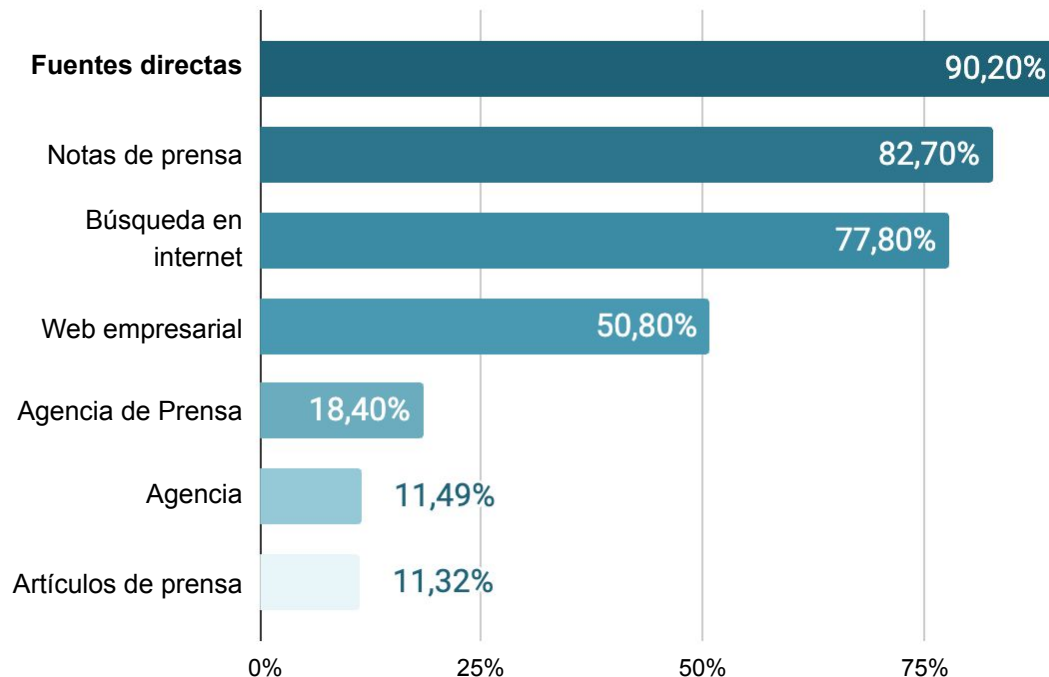


 España

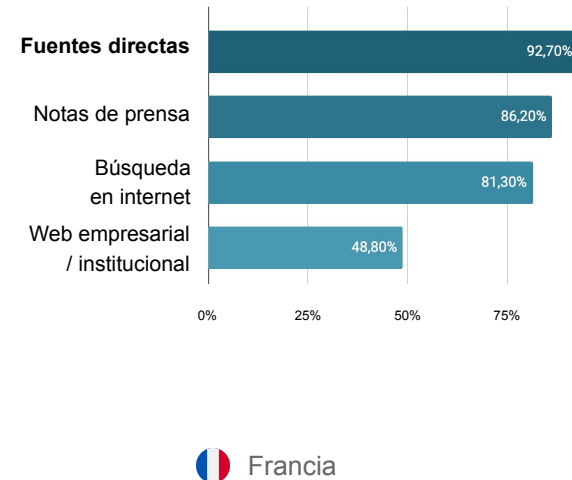
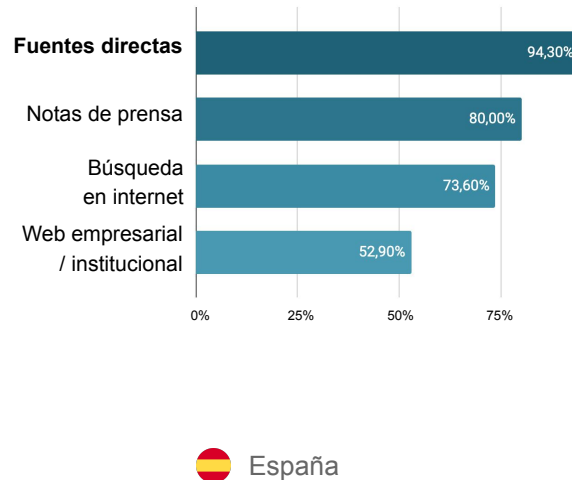
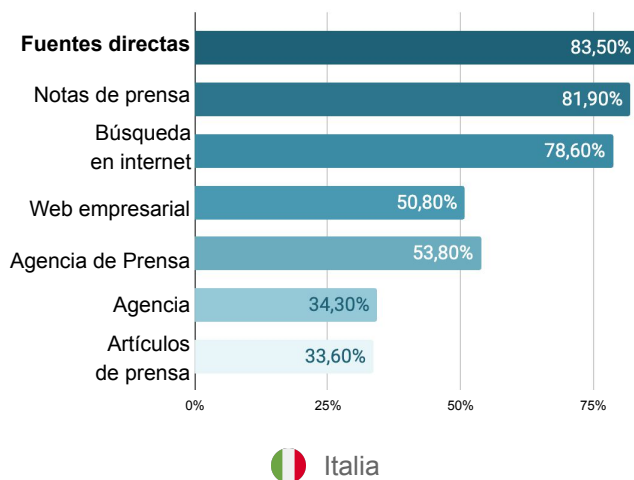


 Francia

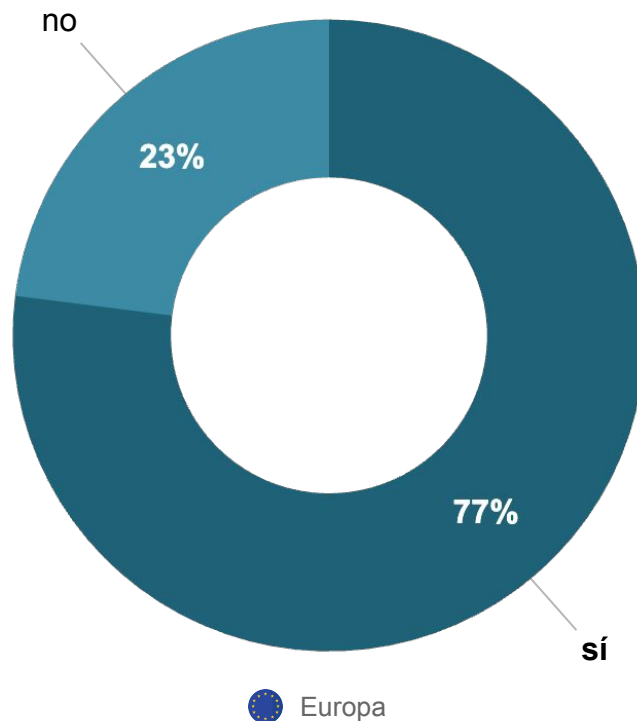
02. Cuando escribes tus artículos, ¿qué instrumentos utilizas para obtener información?



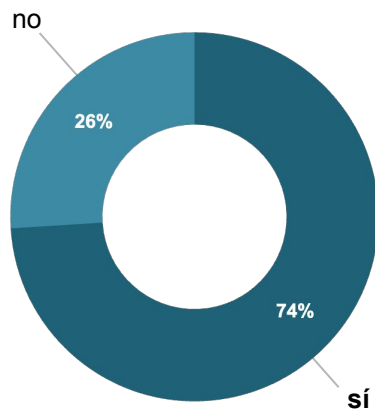
02. Cuando escribes tus artículos, ¿qué instrumentos utilizas para obtener información?



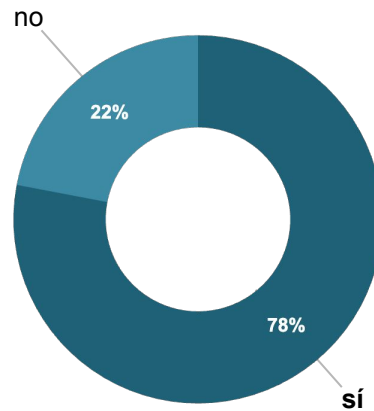
03. Según tu experiencia, ¿consideras que los comunicados de prensa son fuentes fiables?



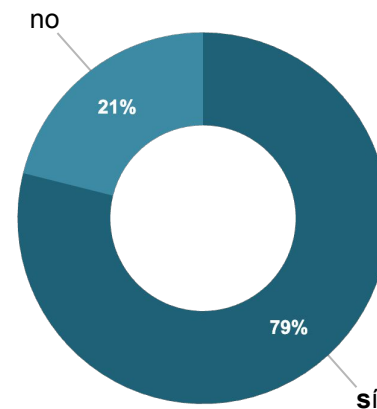
03. Según tu experiencia, ¿consideras que los comunicados de prensa son fuentes fiables?



 Italia

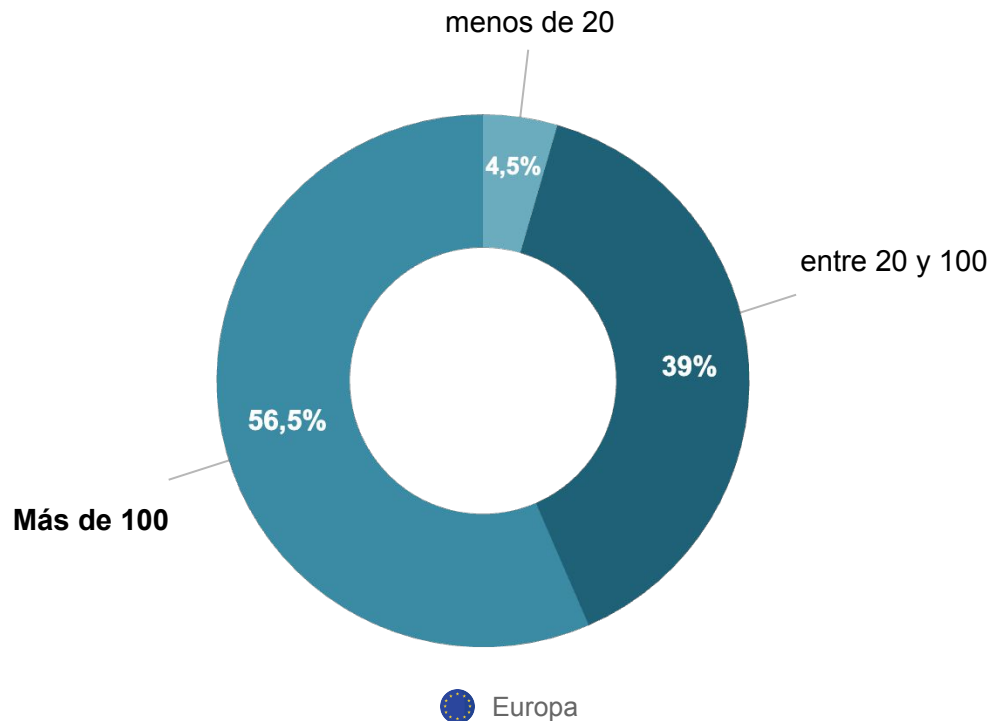


 España

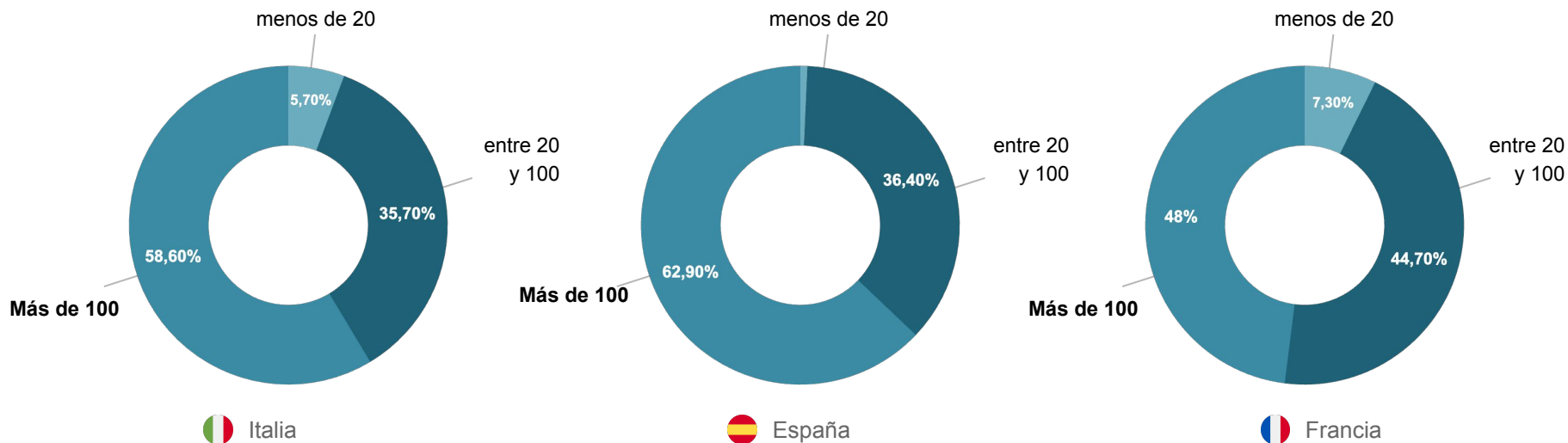


 Francia

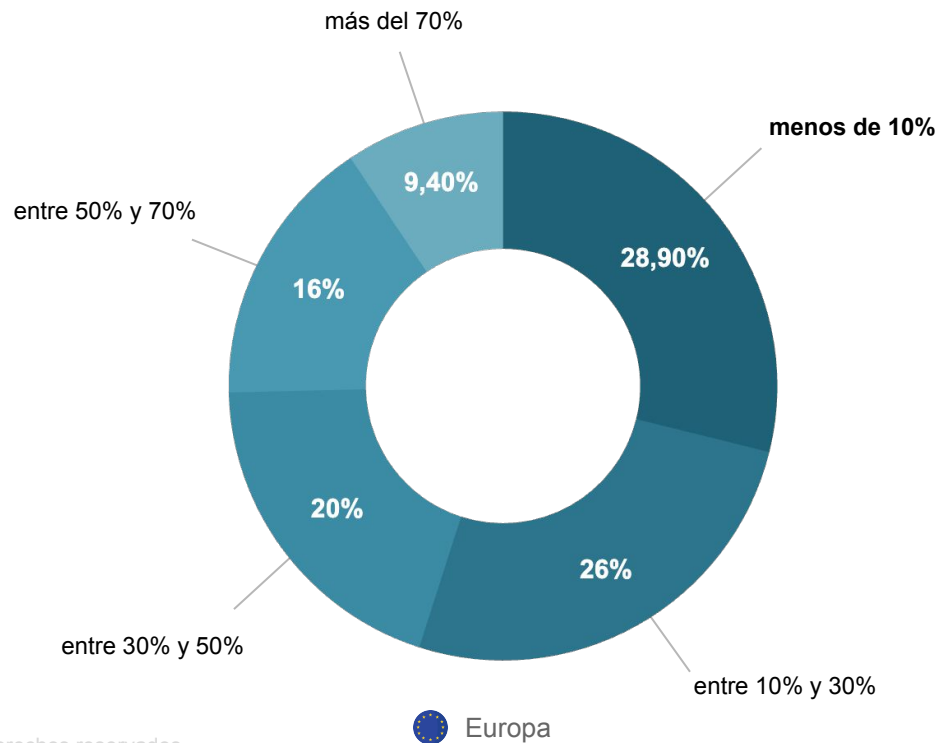
04. ¿Cuántos comunicados de prensa recibes a la semana?



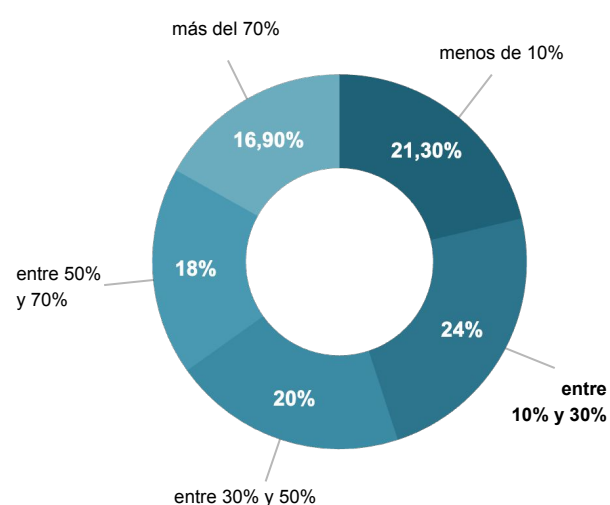
04. ¿Cuántos comunicados de prensa recibes a la semana?



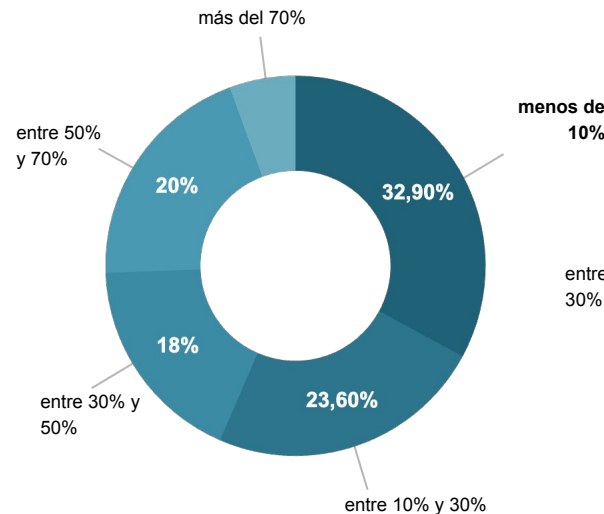
05. Si recibes 100 al día, ¿cuántos comunicados de prensa lees (aunque sea parcialmente / solo el título)?



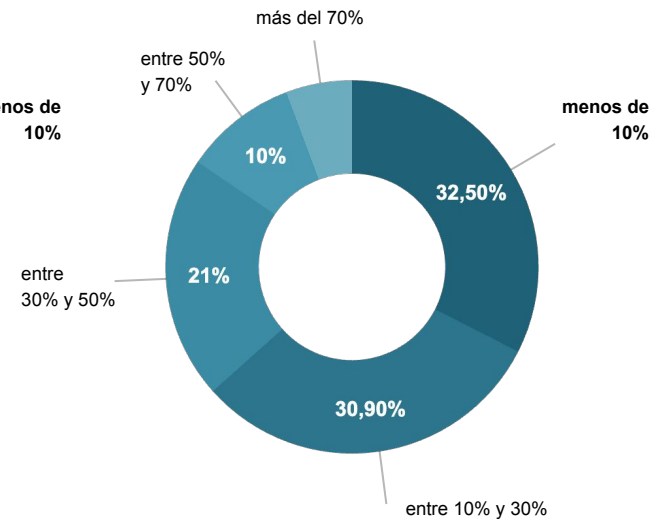
05. Si recibes 100 al día, ¿cuántos comunicados de prensa lees (aunque sea parcialmente / solo el título)?



 Italia

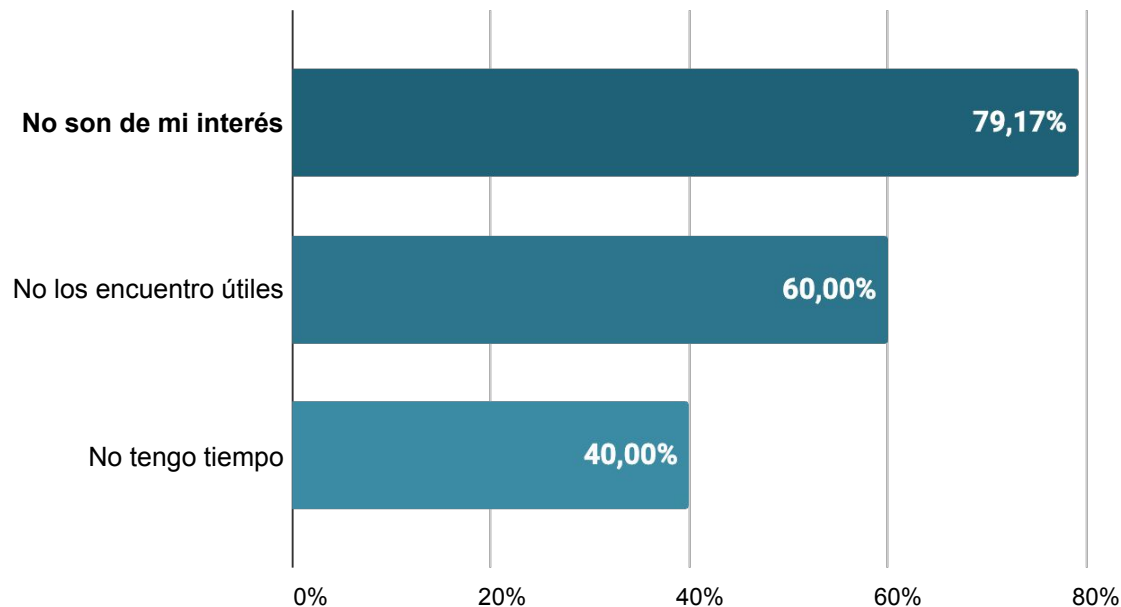


 España

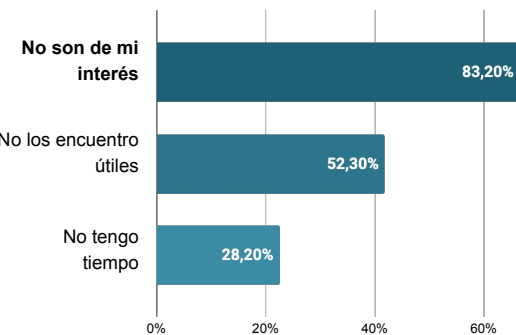


 Francia

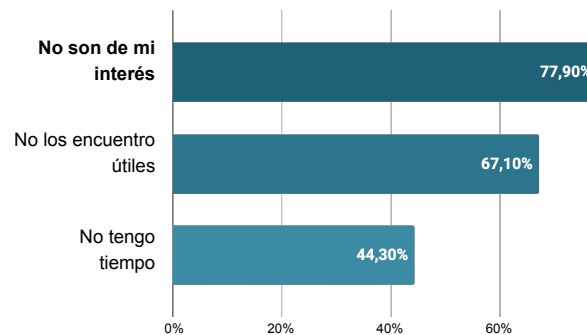
06. Si piensas en los comunicados que no has leído, ¿cuáles son las principales razones?



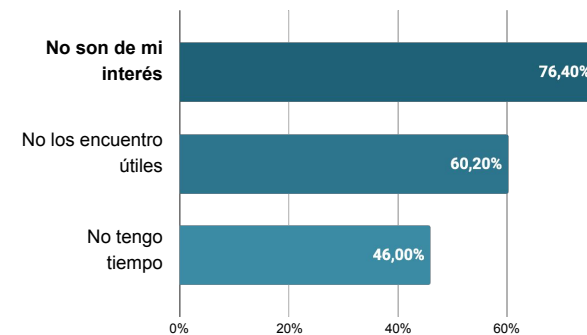
06. Si piensas en los comunicados que no has leído, ¿cuáles son las principales razones?



 Italia

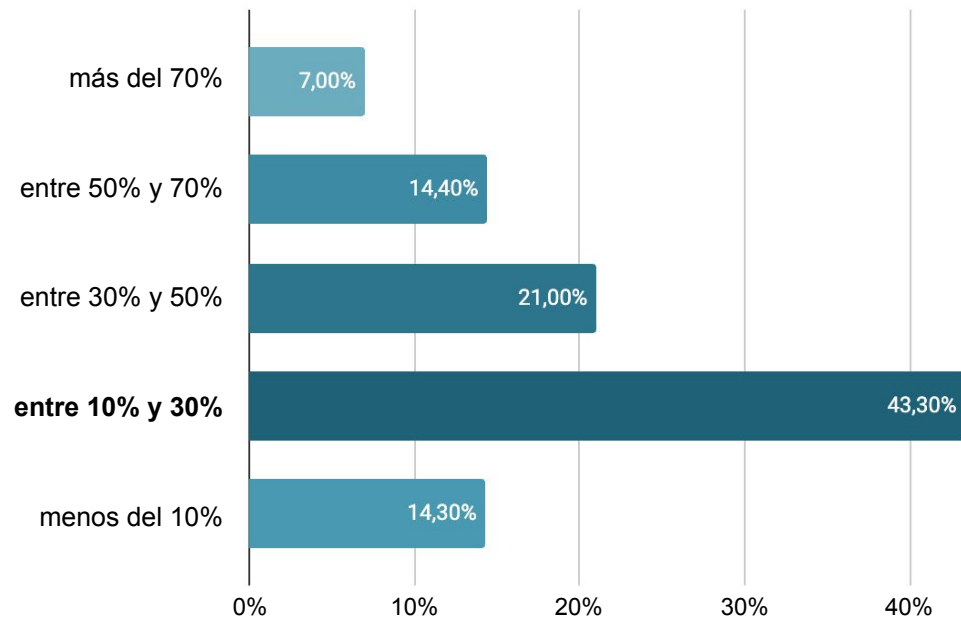


 España

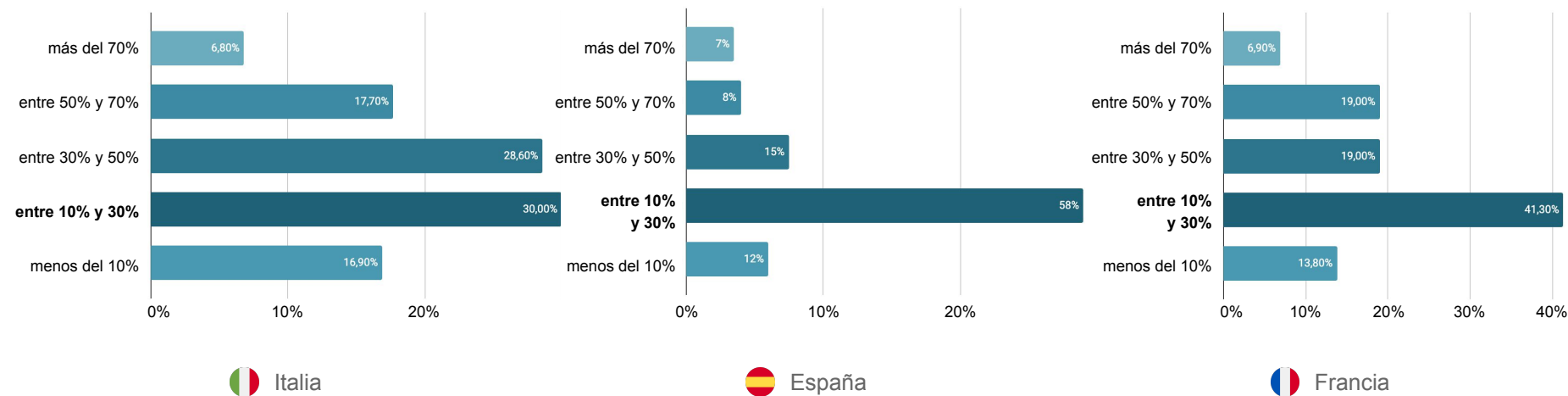


 Francia

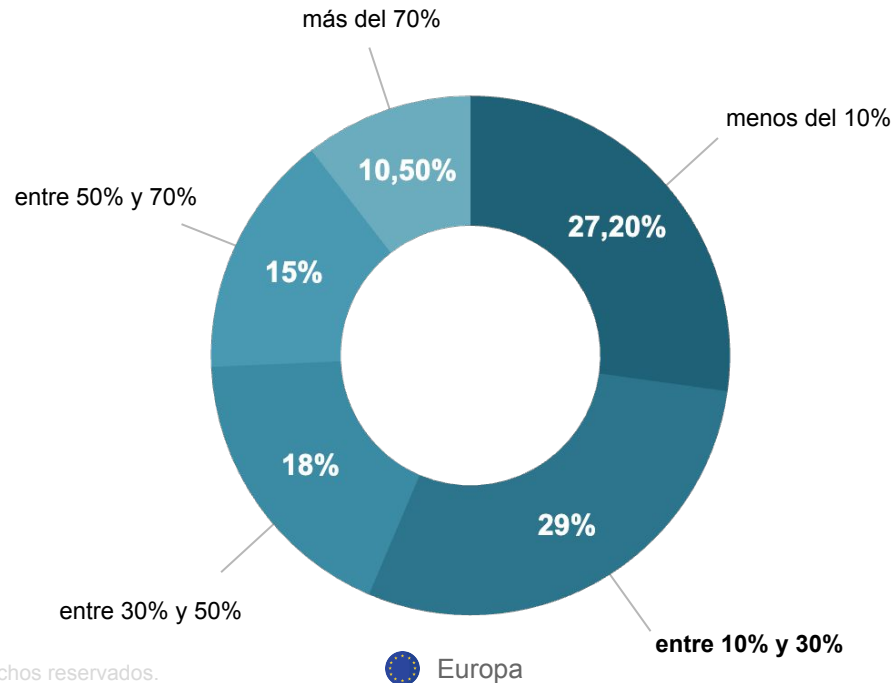
07. Sobre el 100% de los comunicados de prensa que recibes, ¿Cuántos de estos son relevantes para los temas que cubres?



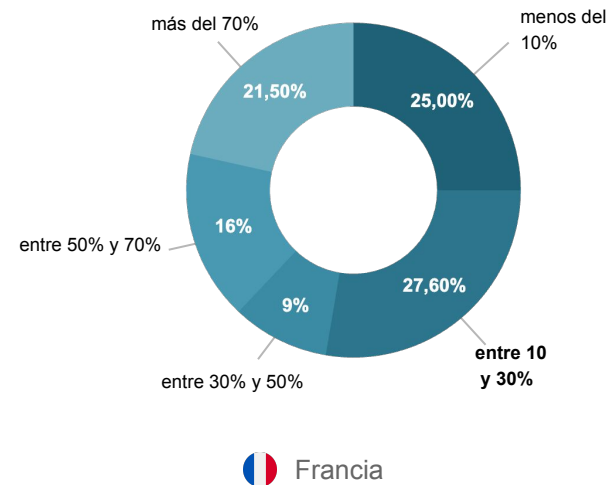
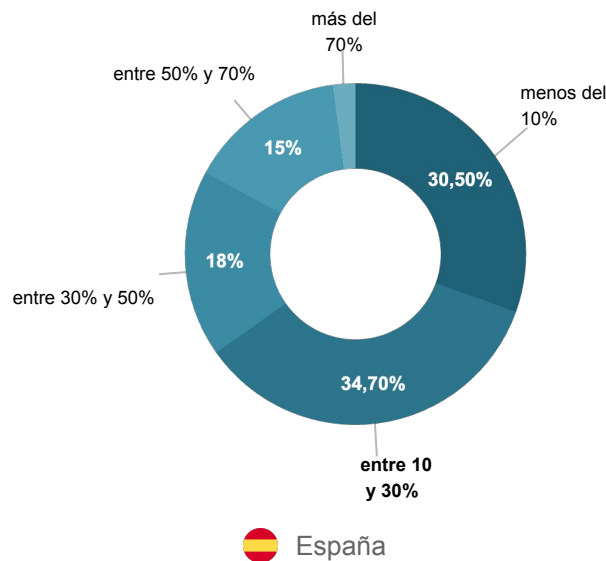
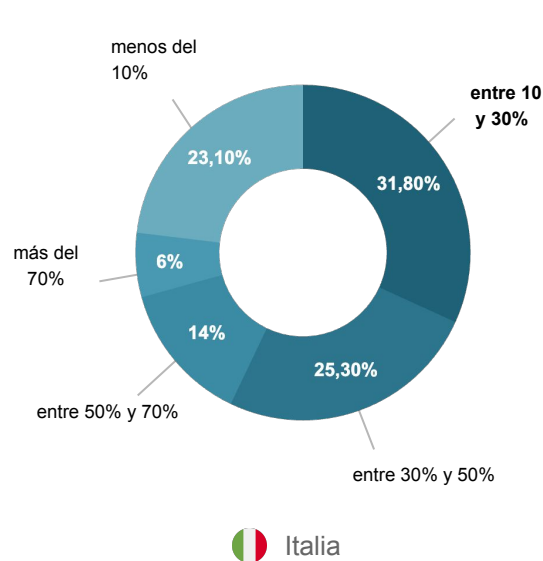
07. Sobre el 100% de los comunicados de prensa que recibes, ¿Cuántos de estos son relevantes para los temas que cubres?



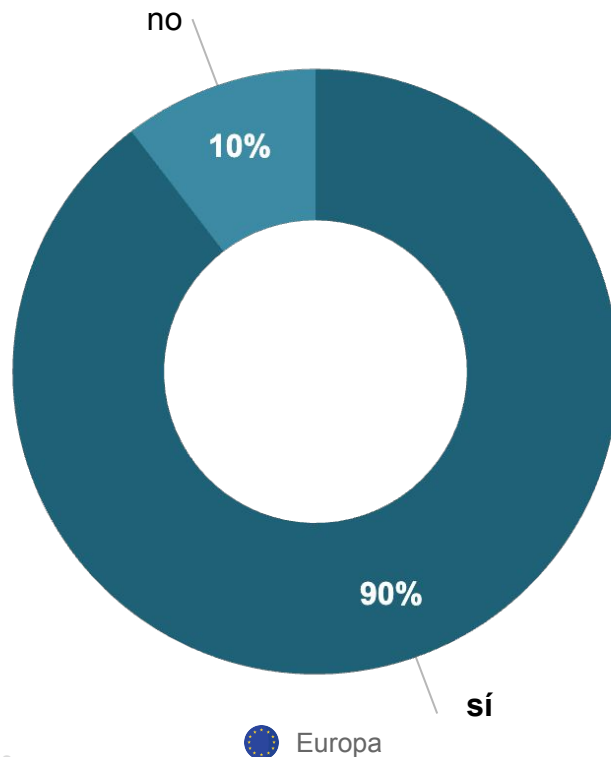
08. Piensa solo en los comunicados pertinentes a los temas que abordas, si recibes 100 en total, ¿cuántos de estos son útiles para tu trabajo?



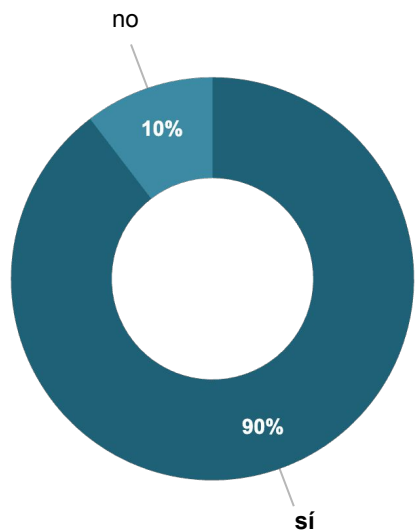
08. Piensa solo en los comunicados pertinentes a los temas que abordas, si recibes 100 en total, ¿cuántos de estos son útiles para tu trabajo?



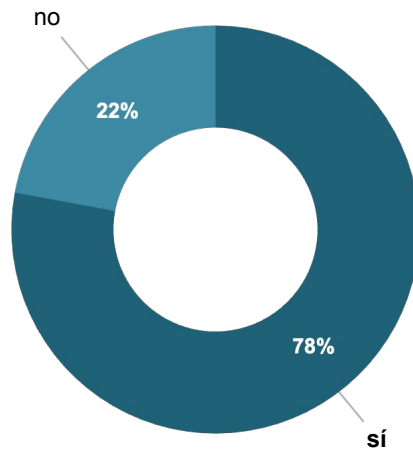
09. Normalmente, cuando preparas/escribes un artículo y/o una búsqueda, ¿consultas las notas de prensa?



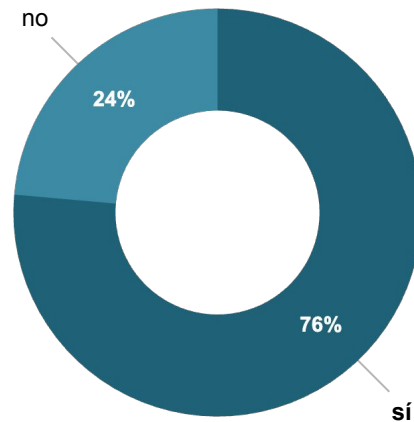
09. Normalmente, cuando preparas/escribes un artículo y/o una búsqueda, ¿consultas las notas de prensa?



 Italia

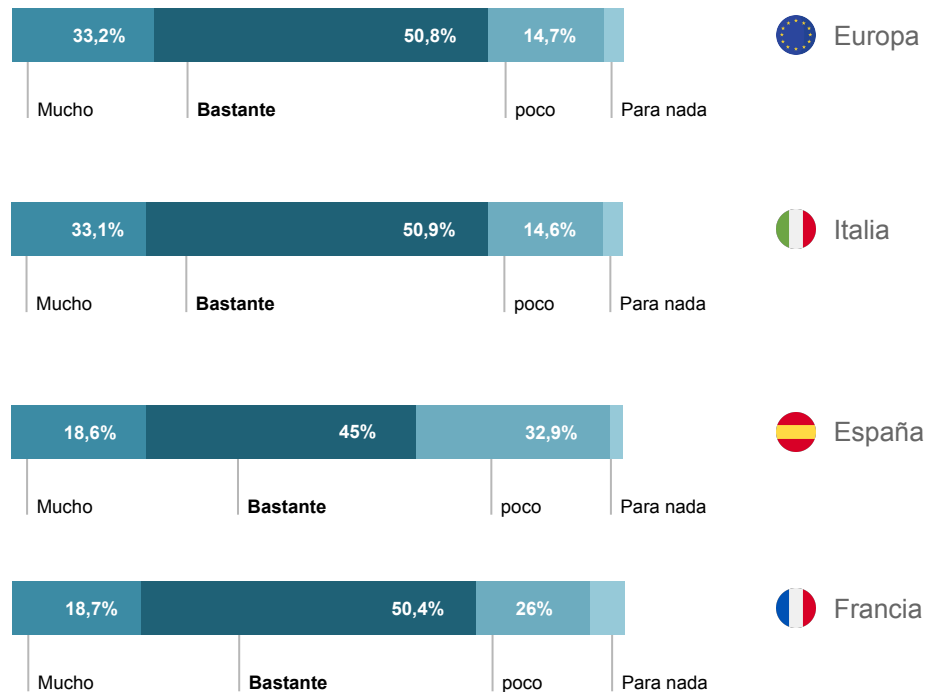


 España

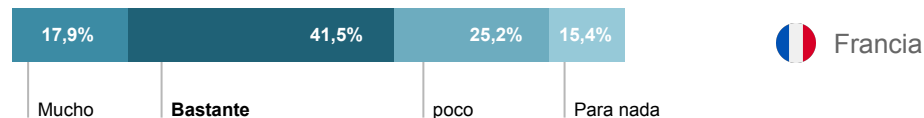
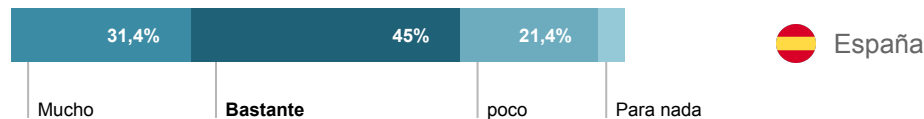
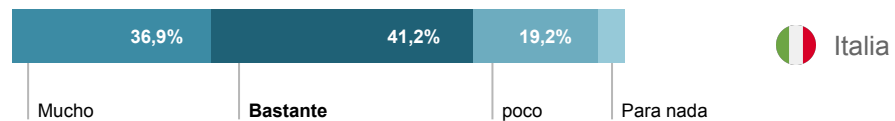
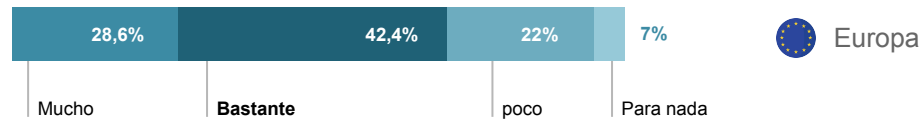


 Francia

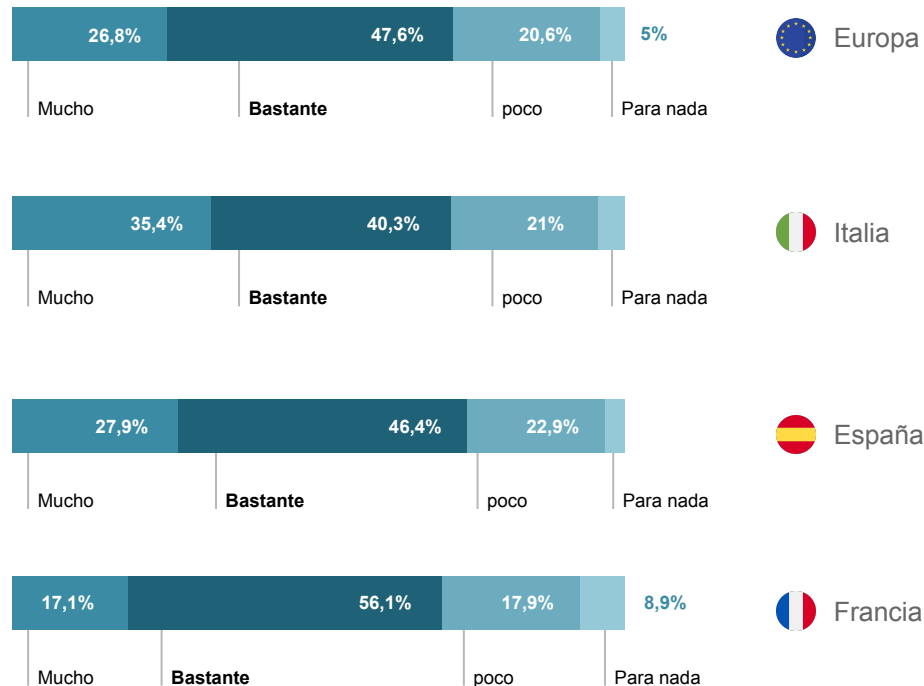
10. Para escribir tus artículos y para tu trabajo, ¿te interesa consultar notas de prensa?



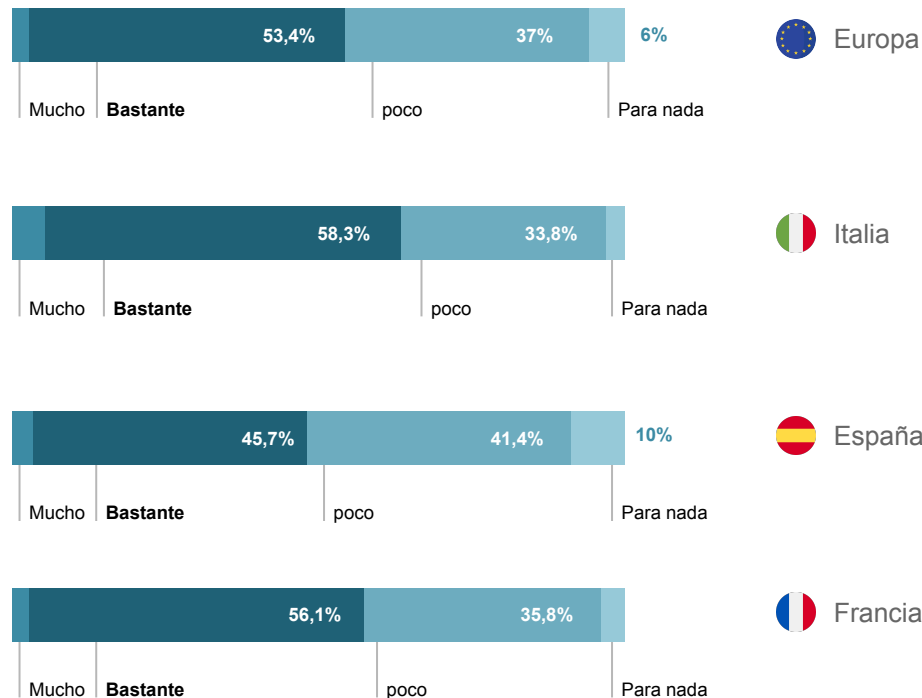
11. ¿Estarías interesado en tener un agregador de comunicados de prensa?



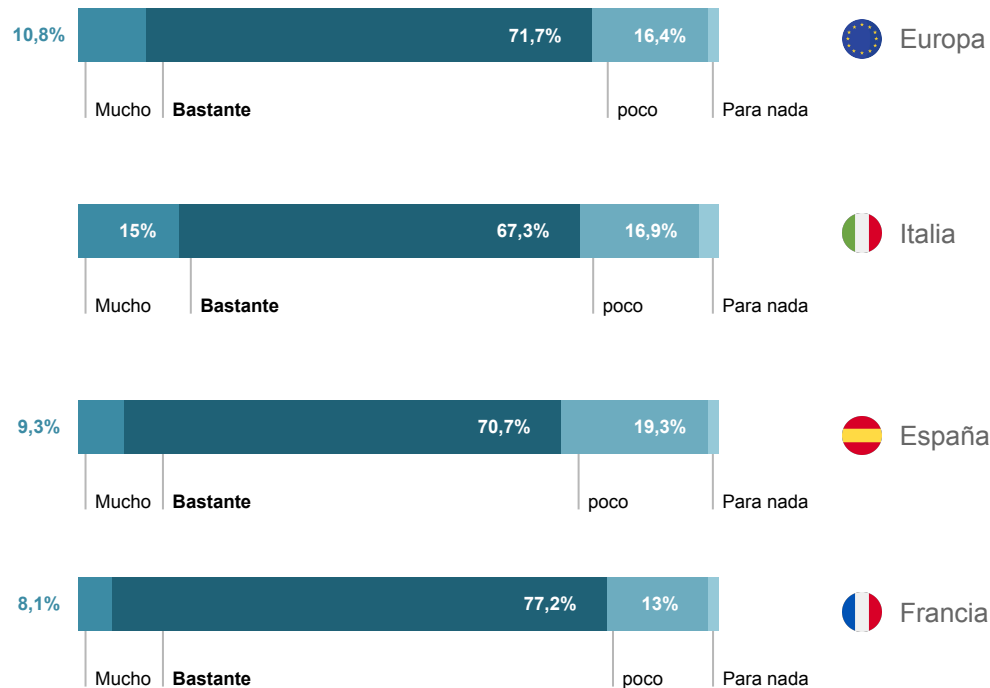
12. ¿Sería útil para ti y tu empresa tener un agregador?



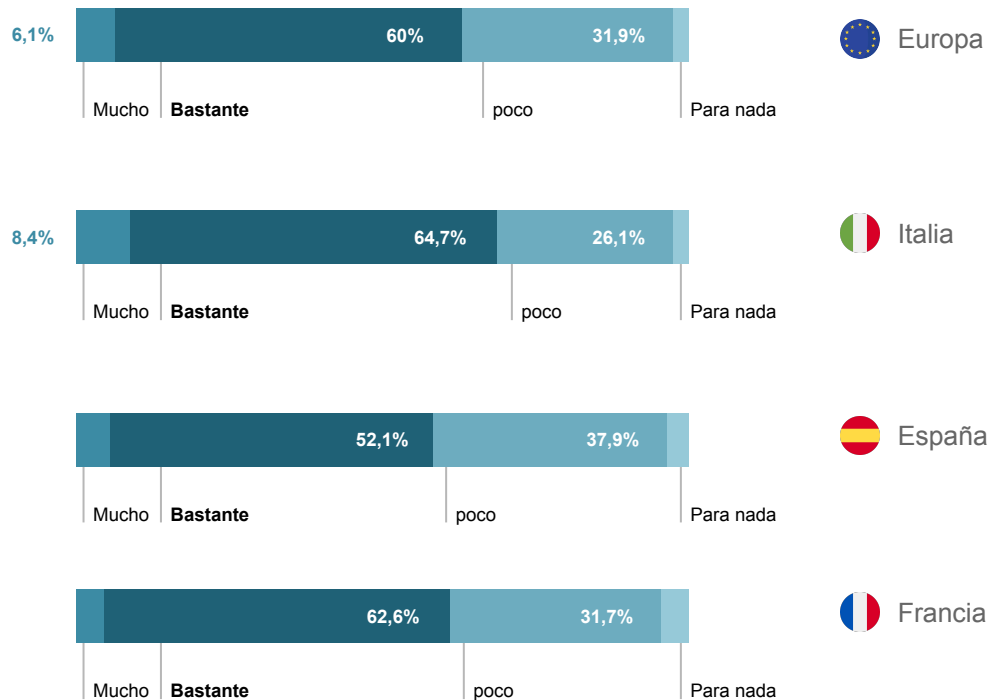
13. Piensa en las noticias que recibes de los gabinetes de prensa. ¿Las consideras exhaustivas?



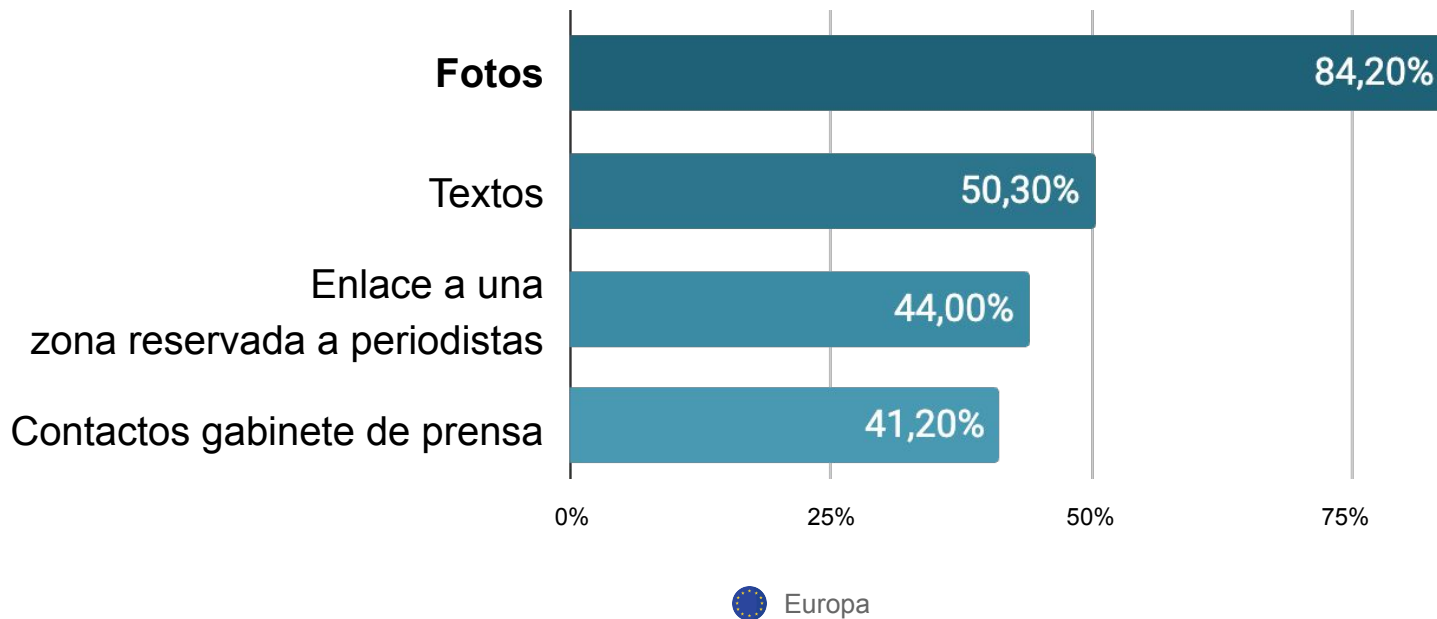
14. Piensa en las noticias que recibes de los gabinetes de prensa. ¿Las consideras fiables?



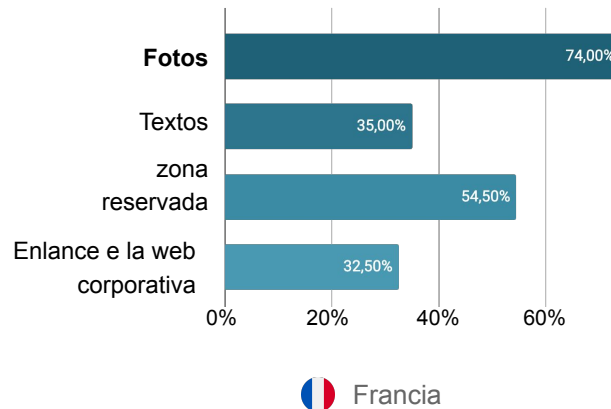
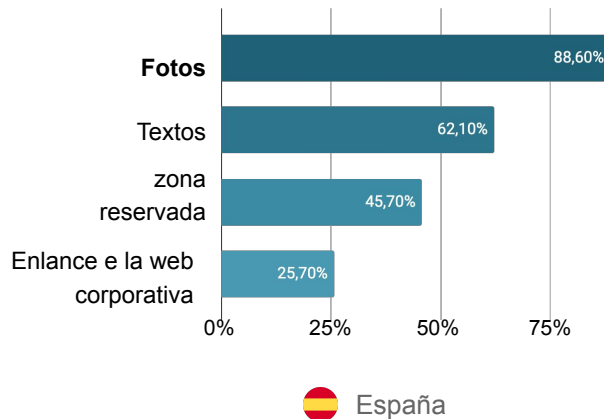
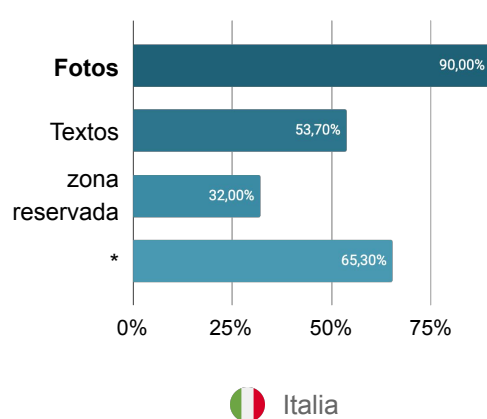
15. Piensa en las noticias que recibes de los gabinetes de prensa. ¿Las consideras útiles?



16. ¿Qué consideras que sería útil recibir junto con la nota de prensa?

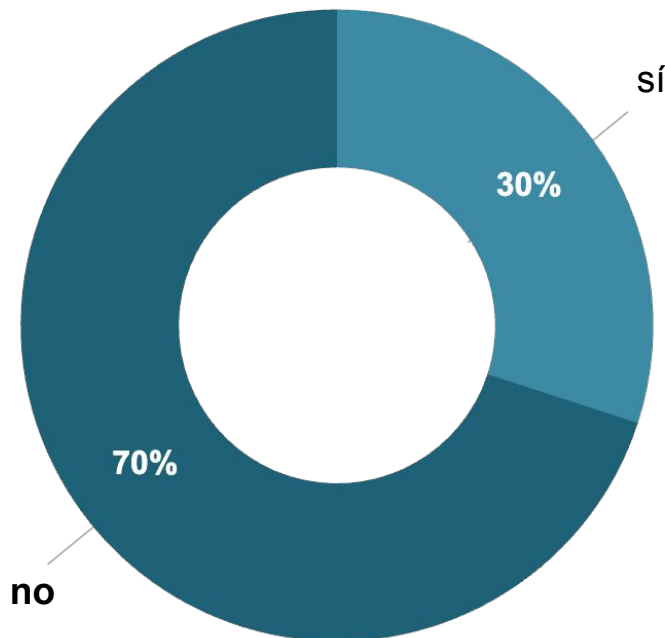


16. ¿Qué consideras que sería útil recibir junto con la nota de prensa?



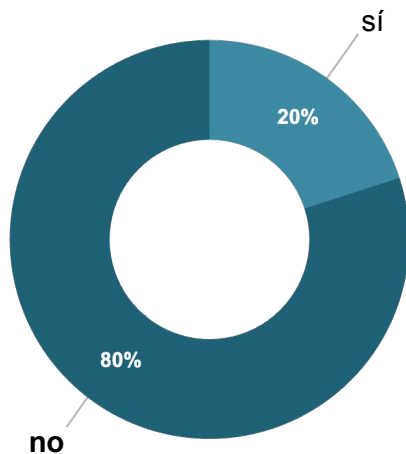
*contactos gabinete de prensa

17. ¿Has utilizado algún agregador de notas de prensa en el pasado para tus búsquedas?

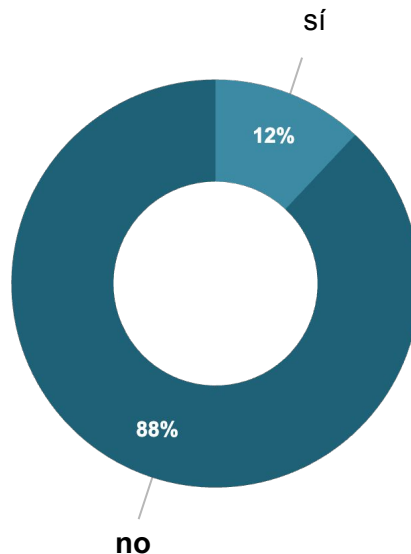


 Europa

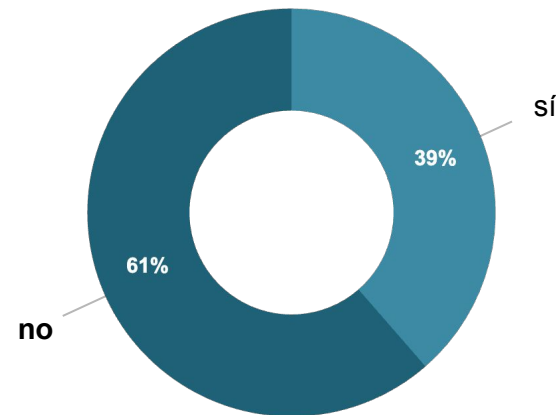
17. ¿Has utilizado algún agregador de notas de prensa en el pasado para tus búsquedas?



 Italia

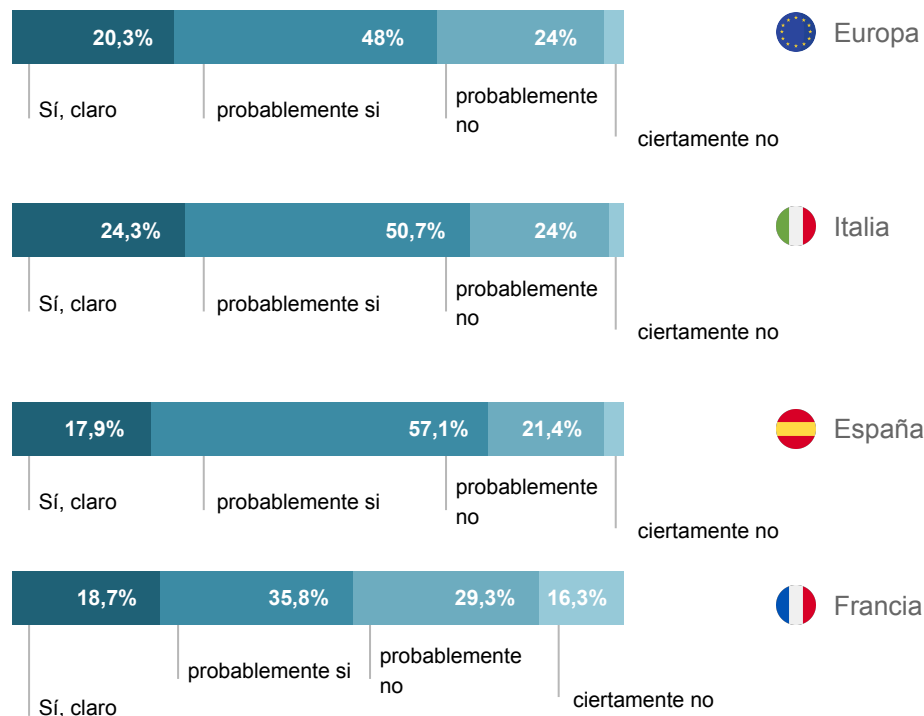


 España

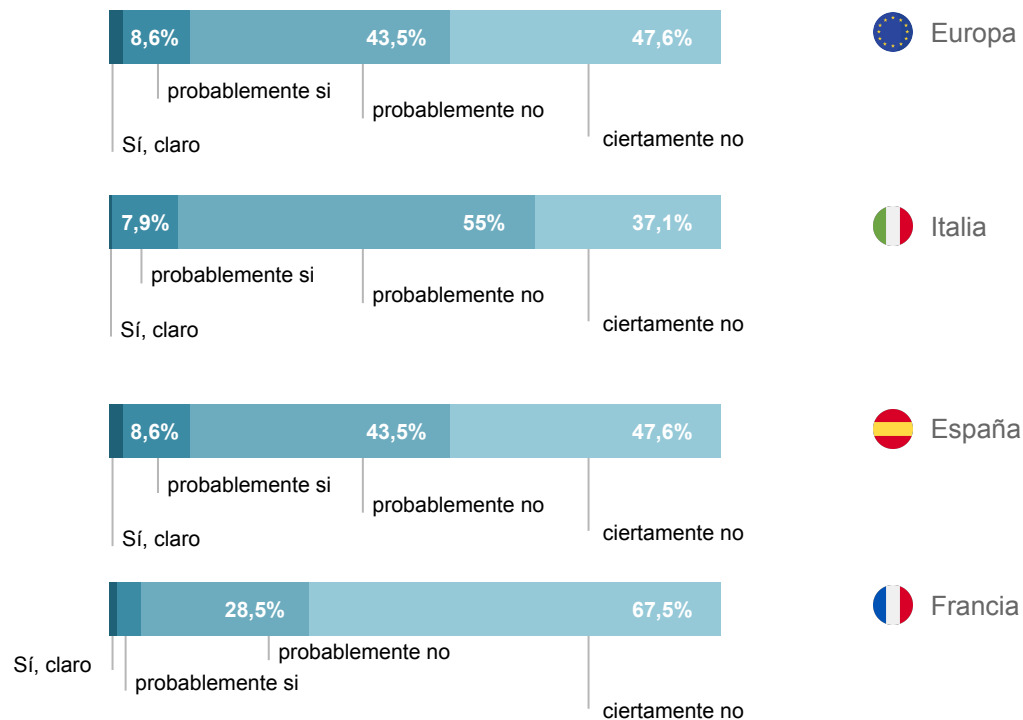


 Francia

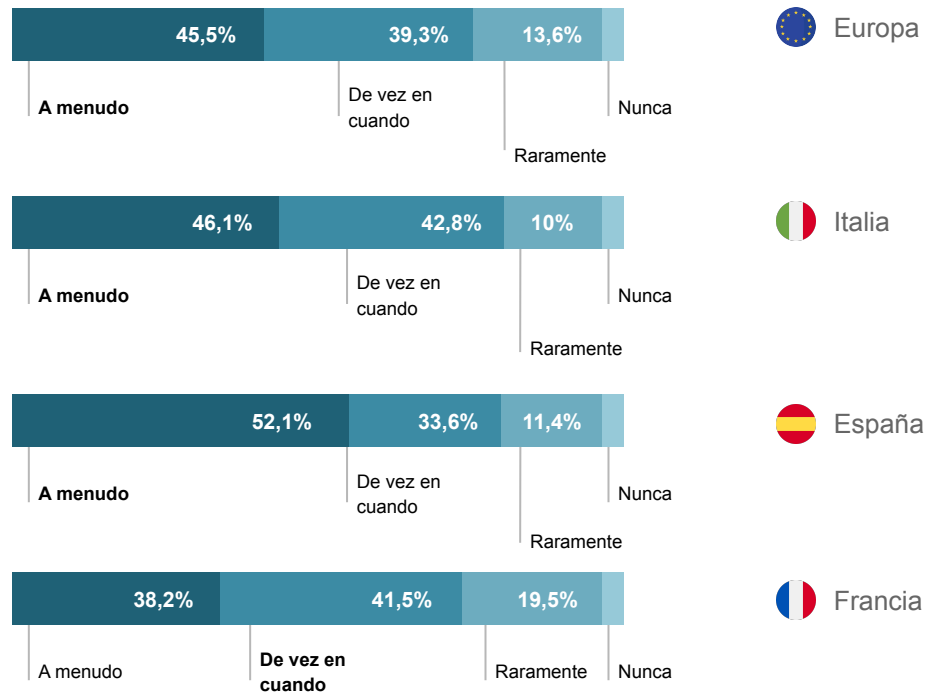
18. ¿Considerarías un sistema/servicio que organice los comunicados de prensa según tus intereses?



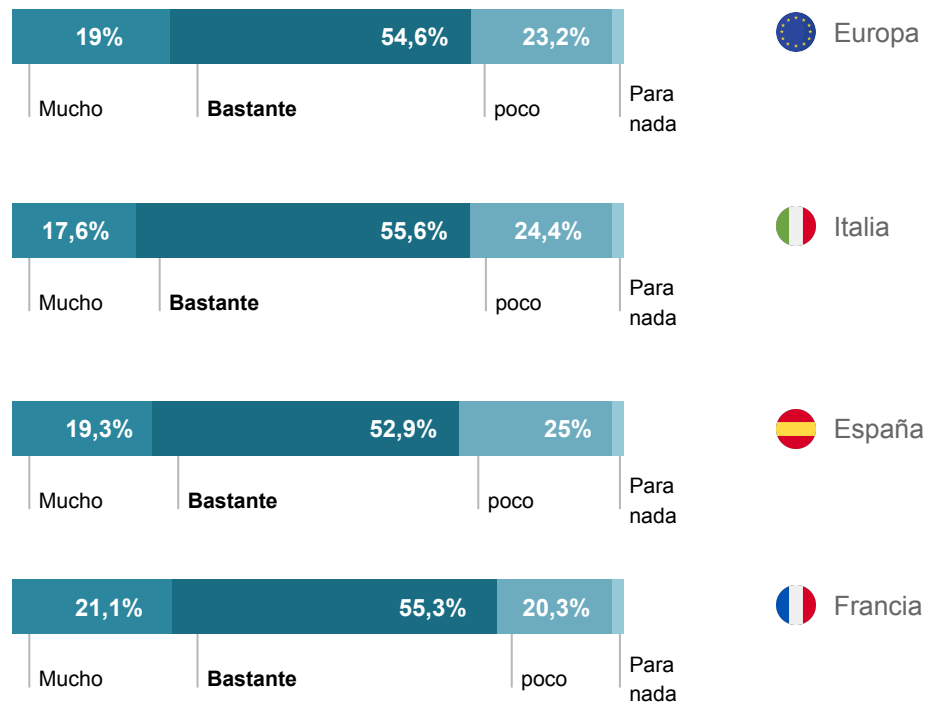
19. ¿Estarías dispuesto a suscribirte si fuera de pago?



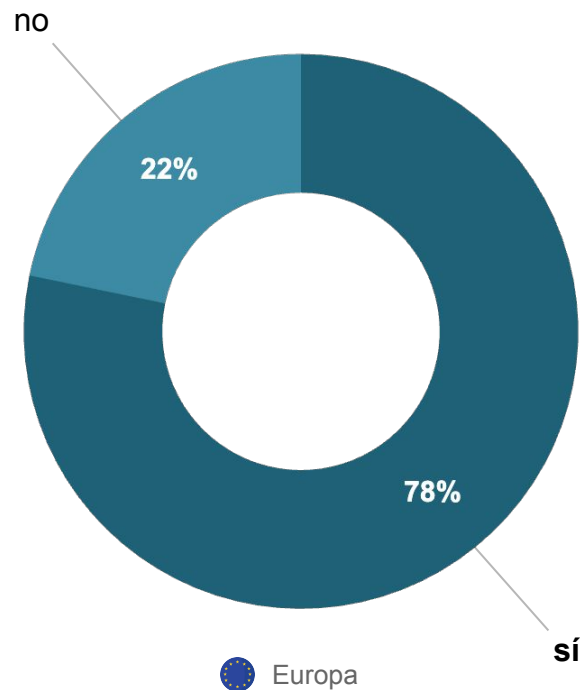
20. ¿Sueles participar en presentaciones/ruedas de prensa?



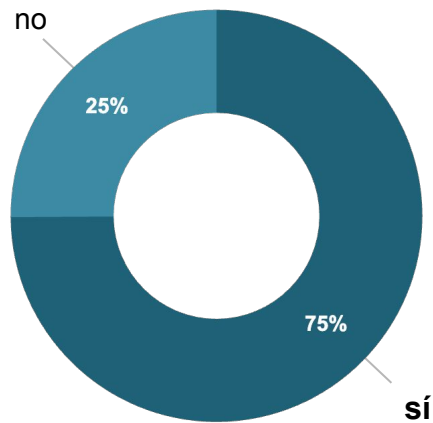
21. En general, ¿cuánto consideras útil una rueda de prensa?



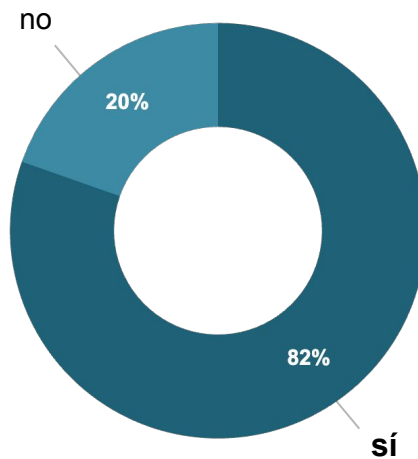
22. ¿Te resultaría útil tener un calendario de las ruedas de prensa o presentaciones?



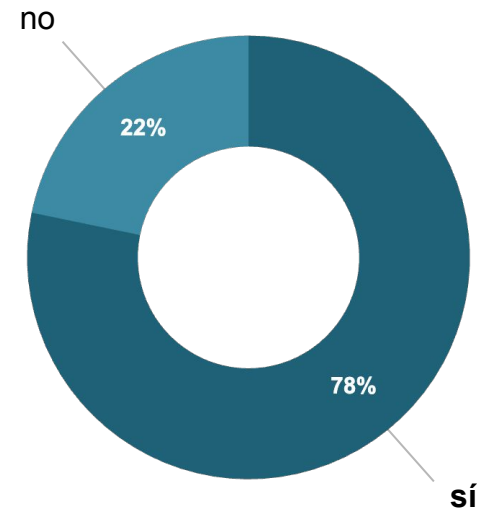
22. ¿Te resultaría útil tener un calendario de las ruedas de prensa o presentaciones?



 Italia

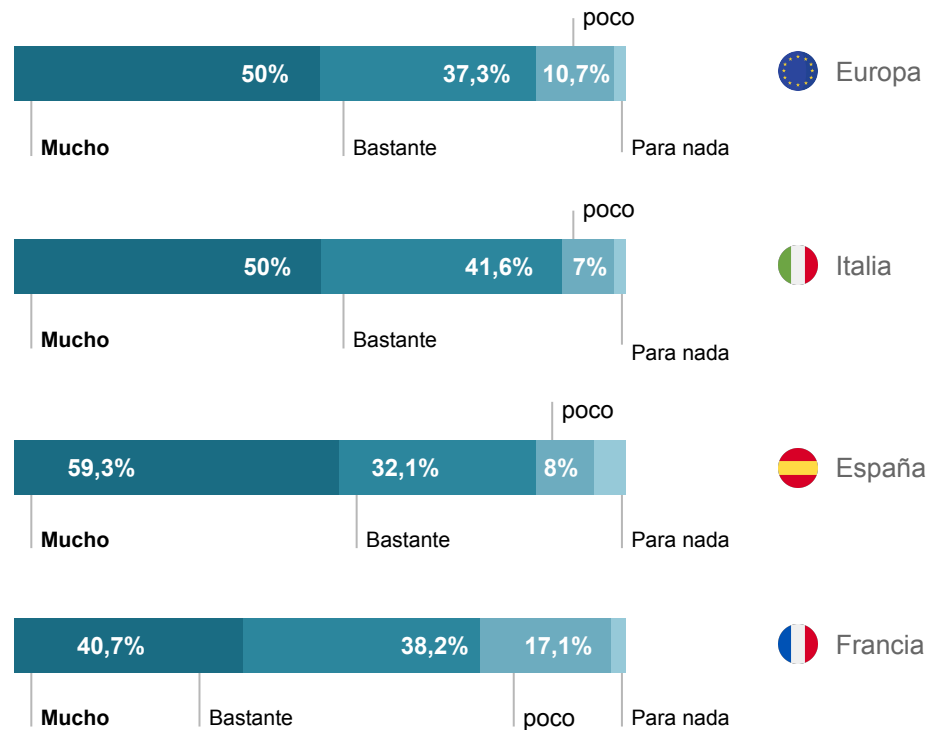


 España

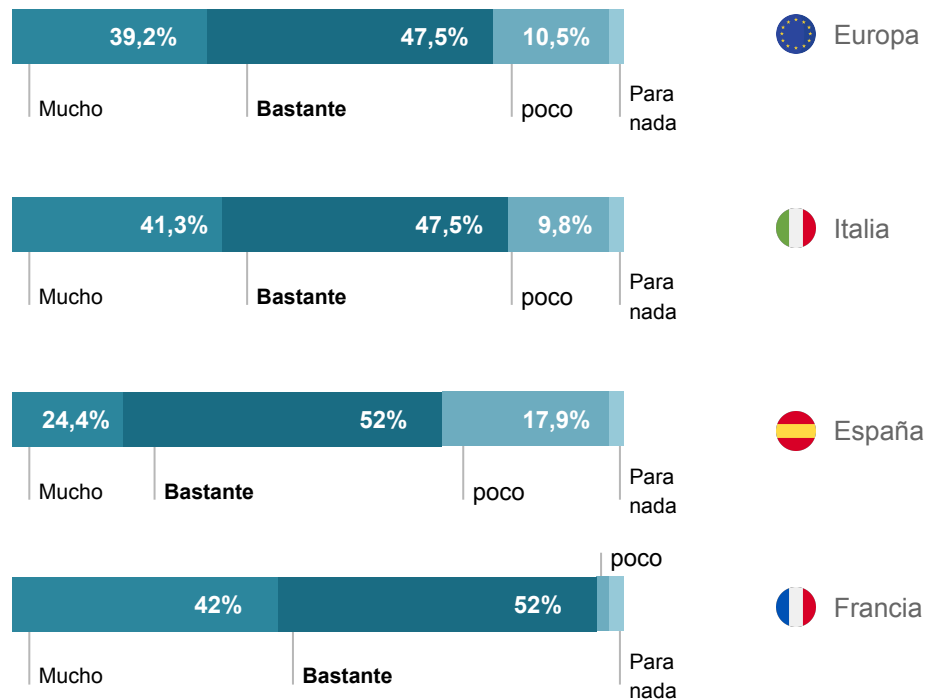


 Francia

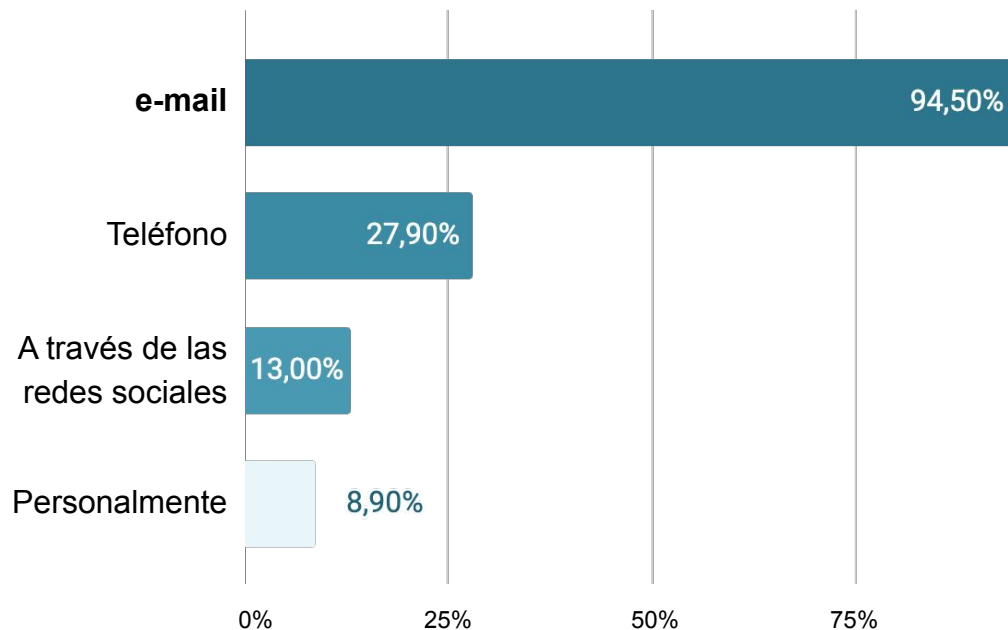
23. ¿Sería útil para ti tener acceso a una base de datos de jefes de prensa y a sus datos de contacto?



24. ¿Sería útil para ti contactar con el gabinete de prensa de una empresa?

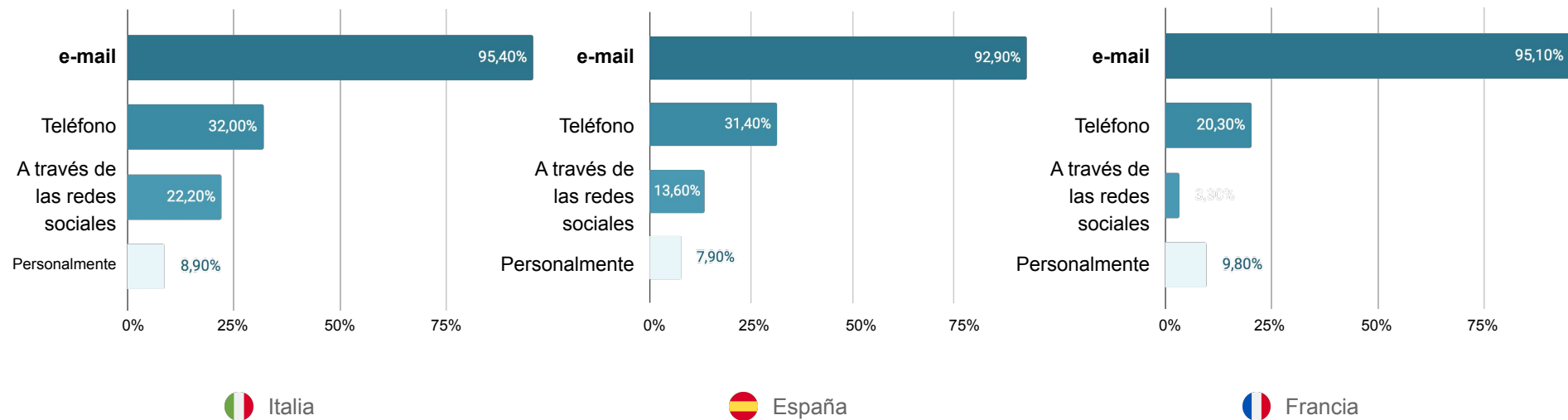


25. ¿Cómo prefieres ser contactado por un gabinete de prensa?

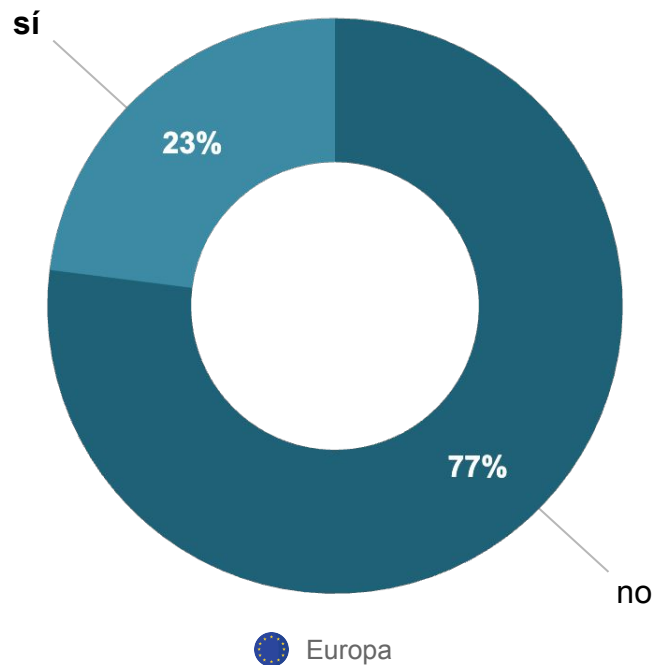


🇪🇺 Europa

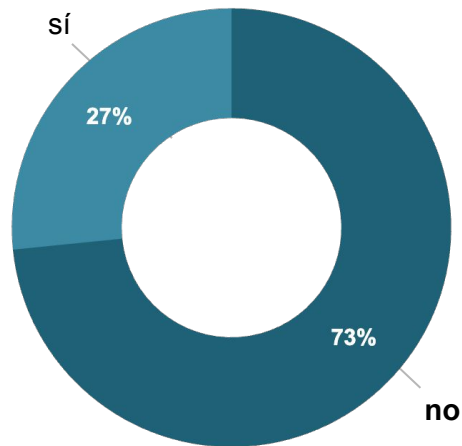
25. ¿Cómo prefieres ser contactado por un gabinete de prensa?



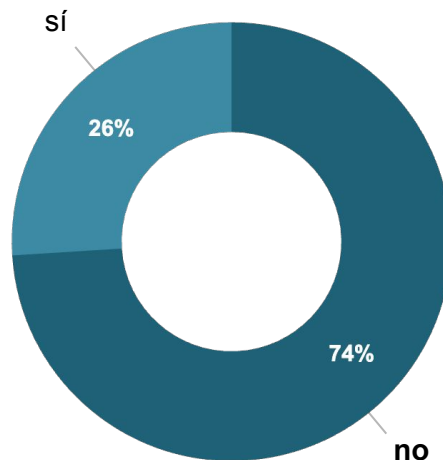
26. ¿Consideras las redes sociales un instrumento útil para recibir notas de prensa de empresas/entidades?



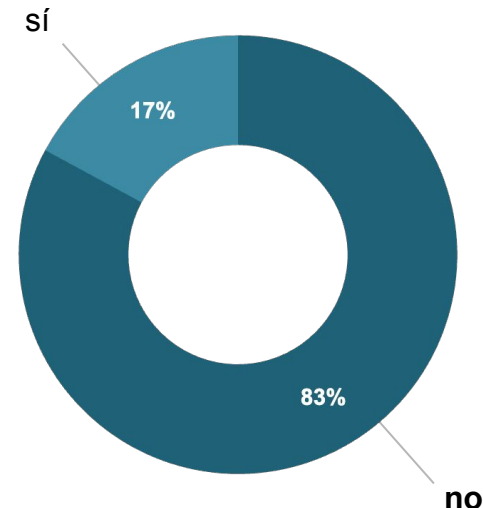
26. ¿Consideras las redes sociales un instrumento útil para recibir notas de prensa de empresas/entidades?



 Italia

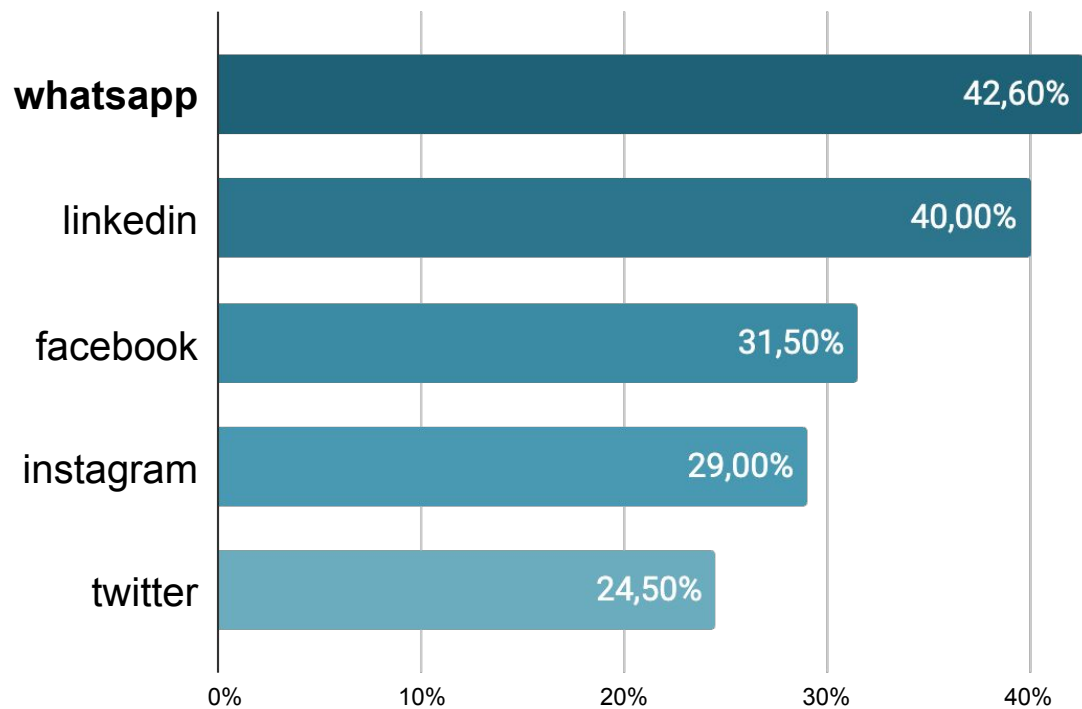


 España

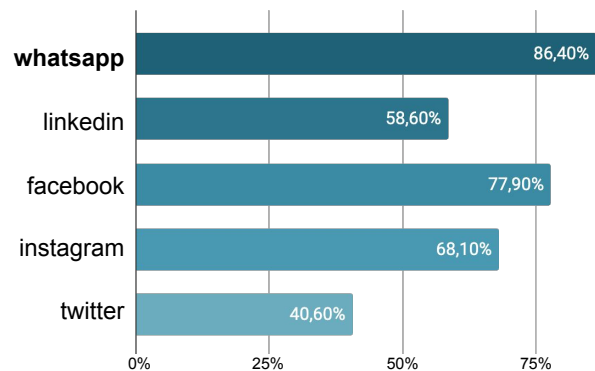


 Francia

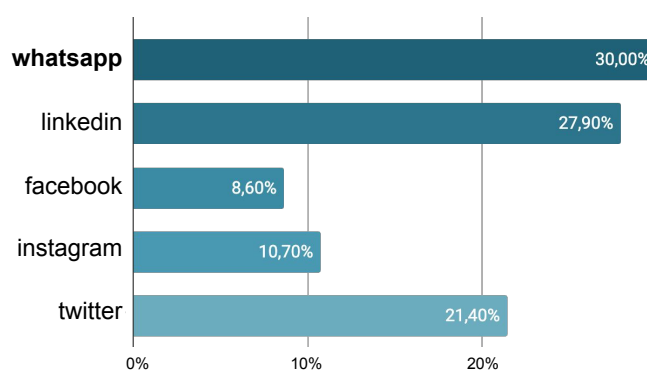
27. ¿Qué redes sociales sueles utilizar?



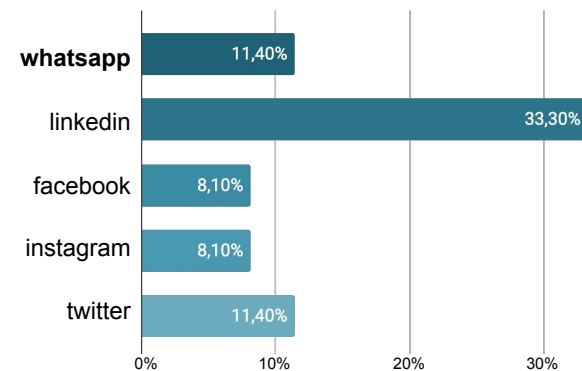
27. ¿Qué redes sociales sueles utilizar?



 Italia

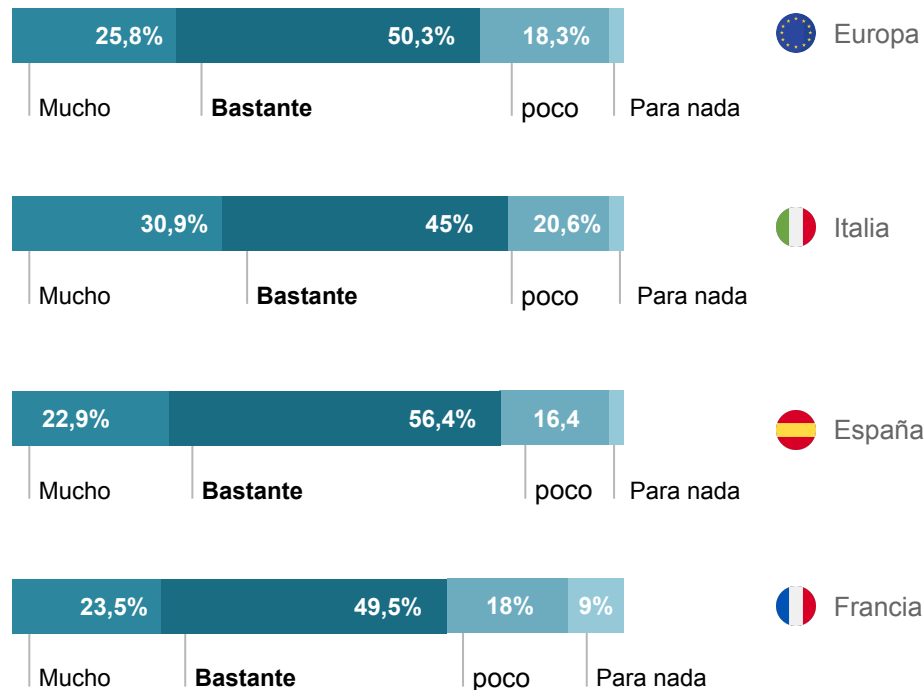


 España

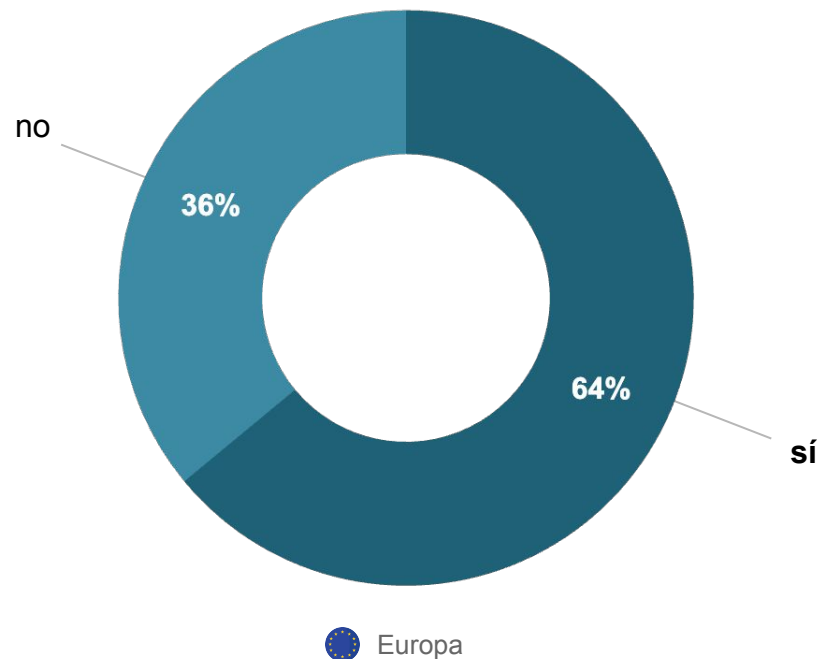


 Francia

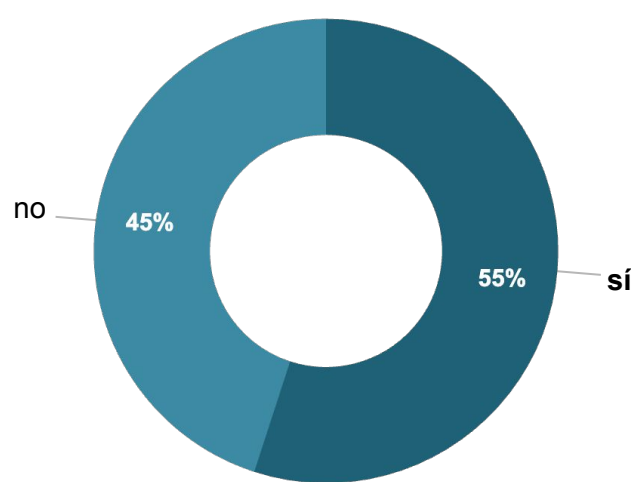
28. ¿Cuánto te resultaría interesante poder disponer de una plataforma en la que encontrar todos los kits de prensa?



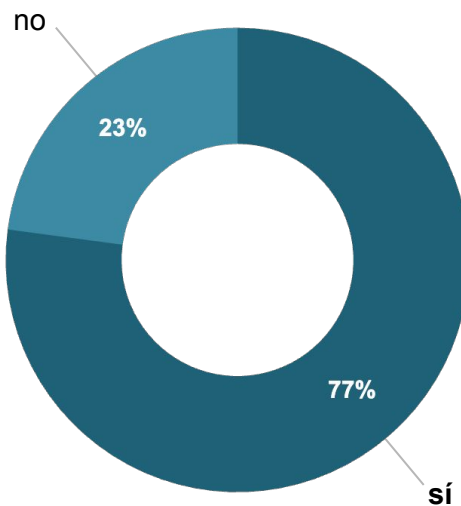
29. ¿Estás registrado en alguna sala de prensa (área reservada para periodistas) en sitios web de empresas o entidades?



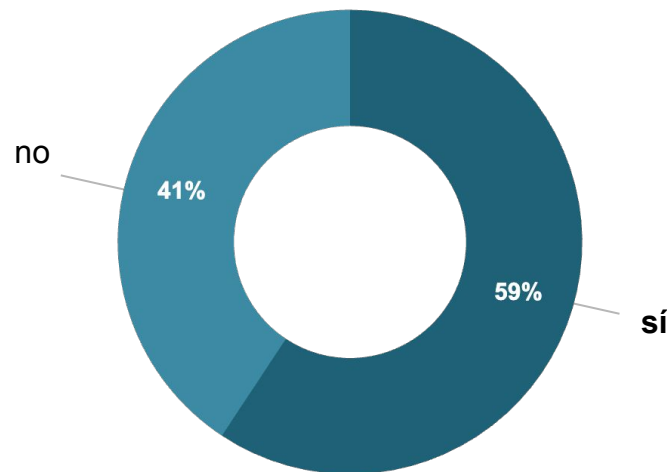
29. ¿Estás registrado en alguna sala de prensa (área reservada para periodistas) en sitios web de empresas o entidades?



🇮🇹 Italia

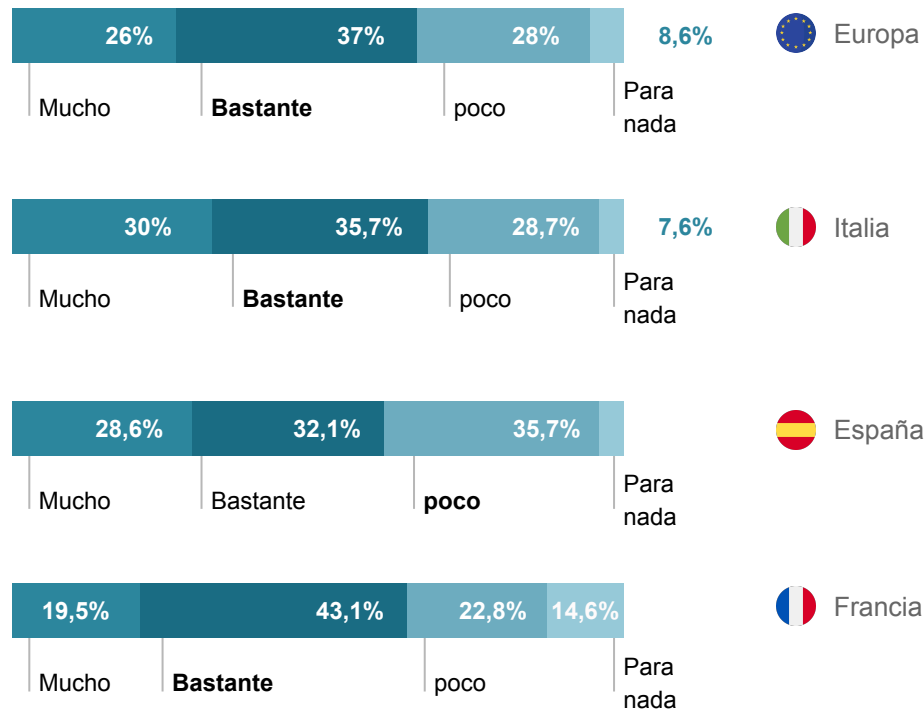


🇪🇸 España

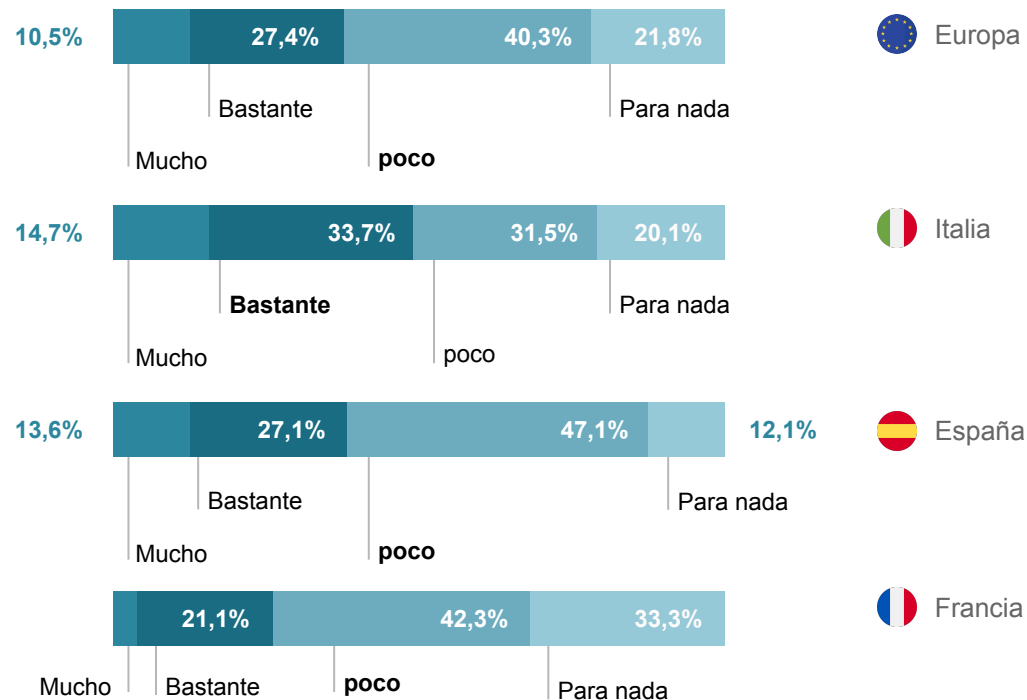


🇫🇷 Francia

30. ¿Sería interesante para ti poder tener acceso a los contactos de periodistas de otras redacciones?



31. ¿Sería interesante para ti poder disponer de una página personal en la que compartir tu trabajo?



Contactos

Mediaddress

Via G. Compagnoni 30, 20129 Milano

Tel: +39 02 700 04 150

info@mediaddress.eu | www.mediaddress.com

Mediaddress

Media contact
