

GUÍA DE PR Y VOCERÍA EN MEDIOS TRADICIONALES

Bolivian Culinary Center (BoCC)

Lineamientos Directivos de Relacionamento con Televisión, Radio y Prensa (Playbook de Vocería / Dirección General)

1. Rol del Vocero y Posicionamiento Institucional

- **Voz Institucional Única:** Gabriel (Dirección General) ejerce la vocería oficial principal ante medios masivos, asumiendo la representación de la visión macro, la legitimidad del centro, los convenios de alto nivel y la postura oficial ante la opinión pública.
- **Tono de 'El Sabio Cercano':** Hablar con base en investigación rigurosa, evidencia de campo y datos sectoriales, pero transmitiendo el mensaje con calidez, empatía y sencillez, eliminando cualquier postura académica distante o soberbia.
- **Delegación Técnica Puntual:** Para entrevistas sobre hallazgos técnicos del Laboratorio Gastronómico o dinámicas de campo, la Dirección General podrá delegar la vocería a responsables específicos del equipo, previa sesión de alineación de mensajes clave.

2. Mensajes Clave Estratégicos (Soundbites Institucionales)

El vocero debe anclar sus respuestas en tres ideas transversales fáciles de recordar y citar por los periodistas:

- **1. Plataforma viva sobre infraestructura física:** “El valor del BoCC no está en paredes de cemento o aulas estáticas; está en la solidez de nuestra red, que conecta directamente a los productores locales con la investigación aplicada, las universidades y las grandes empresas”.
- **2. El 'Punto Medio' del desarrollo gastronómico:** “Impulsamos una gastronomía formal, inocua y competitiva que genera empleo y negocios sostenibles, sin perder nuestra identidad cultural ni caer en elitismos inalcanzables”.
- **3. Biodiversidad como motor económico real:** “El patrimonio biocultural boliviano no es solo folclore; es una ventaja económica competitiva de alto valor para diversificar la matriz productiva y generar productos con potencial de exportación”.

3. Directrices Tácticas por Tipo de Medio Tradicional

- **Televisión (En Vivo, Noticieros y Sectores Matutinos):** Manejar respuestas directas y modulares de 30 a 45 segundos por intervención. Respalda la intervención con elementos visuales o tangibles cuando sea posible (ej. muestras de insumos trabajados en el Laboratorio Gastronómico o infografías de impacto).
- **Radio y Paneles de Debate:** Adoptar un tono conversacional y cercano. Reiterar de forma natural el nombre 'Bolivian Culinary Center' al inicio y al cierre de cada bloque, articulando conceptos claros sin sobrecargar con cifras complejas.
- **Prensa Escrita y Suplementos Económicos/Negocios:** Profundizar en el modelo de triple impacto, diversificación de ingresos, articulación de la triple hélice y el respaldo de la red de socios educativos y privados.

4. Protocolo de Control, 'Bridging' y Mitigación de Riesgos

- **Cero Anglicismos en Medios Nacionales:** Mantener absoluta coherencia con el glosario oficial del BoCC. Utilizar términos como 'aliados de origen', 'tambo ecosistémico' y 'propuesta de valor compartido', evitando tecnicismos como 'pitch', 'target', 'equity' o 'HORECA'.

- **Técnica del Puente (Bridging ante Preguntas Difíciles o Coyunturales):** Ante intentos de llevar la entrevista hacia conflictos políticos o controversias sectoriales, utilizar frases conectoras neutras:

Ejemplo de redirección: *“Ese es un debate amplio; sin embargo, lo urgente hoy para el país es garantizar que nuestros productores de alimentos tengan canales formales, capacitación técnica y mercados sostenibles para salir adelante”.*

- **Declaraciones Oficiales en Situaciones Críticas:** Ante incidentes de inocuidad alimentaria o controversias reputacionales, ninguna persona del equipo emite comentarios individuales. La comunicación se centraliza exclusivamente a través de la Dirección General con declaraciones institucionales preparadas.