



# How to Get Media Coverage for Advocacy



Media coverage is an integral part of advocacy work. Since most of us are not journalists, pitching to the media and knowing what to say to reporters may feel challenging. Do I email or call them, what do I say, and how do I know if something is newsworthy? Here are some tips to get a journalist's attention and reach a wider audience.

## Build relationships



Developing relationships with reporters are crucial to finding out who is responsible for reporting on the cause you are focused on in your area. Having that built-in relationship will only help your cause when trying to get your story picked up.



**Know who's who** – Monitor coverage of your issues and who is reporting regularly about it. Share their stories on social media. Make a list of reporters who cover their subject area.



**Be organized** – Reporters will appreciate an organized contact person. Be available for phone calls and interviews. Have quotes, facts, and other hard data ready when they ask for it.



**Follow up** – Reporters receive hundreds of emails every week. Stand out from the crowd by following up. This will keep your story fresh in the reporter's mind and simultaneously allow you to gauge the reporter's level of interest.

**Use Social Media** – Social media is a great way to see what a reporter is writing and covering recently. Follow them and begin with a general introduction so they are aware of who you are.



## Use Soundbites

Sound bites are super short statements that convey your message in a memorable way. Your group will benefit from them because they can serve as a perfect delivery vehicle for your messages.



**Similes, metaphors, and analogies** - Using phrases to relate them to something else is a great way to get your point across while using a relatable phrase to compare it to. For example: "Being president is like running a cemetery; you've got a lot of people under you, and nobody's listening."



## Pitch your story

A "pitch" is a short message to entice a reporter or editor to cover your story. Below are elements your pitch should include.

**Make it relevant**

**Something unanticipated**

**Use emotional appeal**

**Give details**

**Describe the visual**



Get more tips and advocacy news! [idraseden.org](http://idraseden.org)

Get IDRA alerts



# Cómo obtener cobertura de medios de comunicación para abogacía



La cobertura de los medios de comunicación es una parte integral de la labor de abogacía. Dado que la mayoría de nosotros no somos periodistas, presentar una propuesta a los medios de comunicación y saber qué decir a los reporteros puede parecer un desafío. ¿Les envío un correo electrónico o los llamo, qué les digo y cómo sé si algo es de interés periodístico? Aquí hay algunos consejos para llamar la atención de un periodista y llegar a un público más amplio.

## Construir relaciones



Desarrollar relaciones con los reporteros es crucial para averiguar quién es responsable de informar sobre la causa en la que se enfoca en su área. Tener esa relación incorporada solo ayudará a tu causa cuando intentes que tu historia sea recogida.



**Saber quién es quién** – Supervise la cobertura de sus problemas y quién informa regularmente al respecto. Comparta sus historias en las redes sociales. Haga una lista de los reporteros que cubren su área temática.



**Ser organizado** – Los reporteros apreciarán una persona de contacto organizada. Esté disponible para llamadas telefónicas y entrevistas. Tenga a mano citas, hechos y otros datos concretos cuando se los pidan.



**Dar seguimiento** – Los reporteros reciben cientos de correos electrónicos cada semana. Destaque entre la multitud haciendo un seguimiento. Esto mantendrá su historia fresca en la mente del reportero y, al mismo tiempo, le permitirá medir el nivel de interés del reportero.

**Utilizar las redes sociales** – Las redes sociales son una excelente manera de ver lo que un reportero está escribiendo y cubriendo recientemente. Sígalos y comience con una introducción general para que sepan quién es usted.



## Usar frases cortas

Las frases cortas son declaraciones que transmiten su mensaje de una manera memorable. Su grupo se beneficiará de ellos porque pueden servir como un vehículo de entrega perfecto para sus mensajes.



**Símiles, metáforas y analogías** - Usar frases para relacionarlos con otra cosa es una excelente manera de transmitir su punto de vista mientras utiliza una frase con la que pueda identificarse. Por ejemplo: "Ser presidente es como dirigir un cementerio; Tienes mucha gente debajo de usted y nadie lo escucha".



## Presentar su historia

Utilice un mensaje corto para atraer a un reportero o editor a cubrir su historia. A continuación se presentan los elementos que debe incluir su presentación:

**Hagalo relevante**

**Entregue detalles**

**Algo inesperado**

**Utilice el atractivo emocional**

**Describe el objeto visual**

¡Obtenga más consejos y noticias de abogacía!

[idraseden.org](http://idraseden.org)

Reciba alertas de IDRA

