

Noviembre de 2014

¡FELIZ 15 ANIVERSARIO, 'ARTE DE VIVIR'!

Isabel Aires
Aires News Comunicación

S

on 15 años vuestros y casi 10 los nuestros! Lo primero, felicitar a ARTE DE VIVIR por esa 'adolescencia' tan bien llevada.

Parece mentira lo rápido que ha pasado el tiempo y lo que ha cambiado la vida desde que empezamos, y en mi caso, la gastronomía y la comunicación gastronómica, pero especialmente la manera de desarrollar nuestro trabajo.

¿Y qué es una agencia de comunicación, o cual es ese trabajo que realizo, que mi madre nunca supo explicar a sus amigas? Mi profesión es el nexo entre clientes y medios de comunicación, es decir, nos ocupamos de hacer llegar eficazmente la información que el cliente desea difundir, de forma atractiva, pero sin vender motos, a los periodistas adecuados que tienen sección para ello.

Hay un *boom* mediático de la gastronomía en los últimos años. Y por ese *boom*, unido a la crisis que afecta al sector de la hostelería, hoy en día quien no aparece en los medios... ¡es como si no existiera! Por ello, en el momento actual, lejos de decaer nuestro trabajo, tenemos la suerte de que se ha visto reforzado, puesto que los clientes han comprendido que es el momento de 'sonar' en la mente de los clientes potenciales.

Pero estos 10 años no han sido siempre fáciles. Fue gracias a mi mentor, el escritor y crítico gastronómico Joaquín Merino –quien ya en los años 70 se dedicaba a comunicar–, que yo me enamorara de la gastronomía y de la comunicación. Así nació Aires News Comunicación hace casi una década. Desde entonces, el cambio en la comunicación de cualquier otro tipo ha sido sorprendente, debido especialmente a la llegada de Internet.

Webs, blogs, redes sociales a diestro y siniestro y formatos y soportes nuevos. Nunca hubo tanto cambio a la hora de comunicar como el vivido en la última década. Hay dos factores claves para ello: el *boom* de Internet que antes mencionaba y la crisis económica. Debido al primero, han proliferado un gran número de medios *online*, que ya cualquiera puede leer no solo desde su ordenador, sino desde su *smartphone*. Esta proliferación que para unos ha sido una bendición, para otros ha sido la ruina. Revistas y periódicos se han visto abocados a un cambio radical en mitad de la crisis y en un momento en el que la publicidad ha descendido a índices catastróficos, que ha ocasionado el despido de miles de periodistas y el cierre de cabeceras, o en su defecto, su reconversión en medios digitales.

Hace 10 años se enviaban las notas de prensa por correo ordinario acompañando el papel de su correspondiente dossier en CD; lo más importante para nuestros clientes era aparecer en medios *off line* y no había nada más allá que la prensa, la radio o la televisión. Hoy en día, los envíos se hacen por *email* y lo más importante para un cliente, es estar bien posicionado en Google, en Tripadvisor o *webs* donde los propios usuarios opinen. Las redes sociales pueden convertir una información en viral en poco tiempo... Para las agencias, podríamos decir que la evolución de la comunicación ha sido positiva.

En la parte negativa de esta crisis, quedan los muchos medios de comunicación que se ha llevado por delante y que siempre se echarán de menos.

Esperamos que en nuestro 20 o en vuestro 25 aniversario sigamos por aquí para volver a hablar de este tema y de muchos otros...