

## **TARJETA HERRAMIENTA n. 15**

### **PREPARACIÓN DE UNA CONFERENCIA DE PRENSA<sup>1</sup>**

#### **Introducción**

Como investigador, es posible que usted participe en una conferencia de prensa en lugar de organizarla usted mismo. Sin embargo, la siguiente información sobre como organizar una conferencia de prensa podría serle útil a usted, y muchos de los principios pueden ser aplicados en la preparación y entrega de cualquier evento formal bien organizado.

Una buena campaña con los medios (ver Tarjeta 12) para diseminar sus resultados puede empezar con una **conferencia de prensa**. La meta de una conferencia de prensa es obtener cobertura de los medios acerca de un tema. Consiste en una reunión con los representantes del proyecto de investigación y posiblemente sus partes interesadas, donde los periodistas escuchan a los voceros y hacen preguntas. Usualmente incluye declaraciones de hasta tres voceros seguidas de preguntas de los periodistas.

Invite televisión, radio y a los medios impresos a escuchar los resultados de su investigación. La conferencia de prensa puede incluir muchos voceros que pueden haber desempeñado la investigación y partes interesadas/ usuarios finales. Si es posible, intente tener un tomador de decisión influyente presente para prestar atención y reconocimiento. Paquetes informativos para los medios deben ser preparados con materiales educativos, comunicados de prensa, y otra información que puede ser utilizada por los representantes de los medios. Para ser efectiva la conferencia de prensa debería ser bien diseñada y sostenida en un lugar adecuado que atraiga a la prensa local. Las conferencias de prensa son costosas y su organización consume tiempo; deberían ser usadas únicamente si son la mejor opción. La invitación a una personalidad local y buenos discursos serán una buena historia para la prensa. Deles algo muy audiovisual. Intente suministrar a los periodistas algo que puedan fotografiar. Si usted tiene una forma de visualizar los resultados de investigación entonces úsela como parte del comunicado de prensa. Además podría hacer disponibles algunas fotografías de la práctica de la investigación en la situación de campo. Haga los arreglos pertinentes para que algunas de las partes interesadas sean entrevistadas.

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>☺ Muchos periodistas en un mismo lugar al mismo tiempo</li><li>☺ Fomenta que los medios publiquen un mensaje similar</li><li>☺ Permite que los periodistas hagan preguntas a un panel de voceros</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>☹ Requiere mucha organización.</li><li>☹ Si la conferencia de prensa es enfocada de una mala forma o no es convincente, los periodistas pueden salir sin impresiones; conllevando a una cobertura de los medios negativa.</li></ul>

<sup>1</sup> Adaptado *Advocacy in Action – a toolkit to support NGOs and CBOs responding to HIV/AIDS*, Aids Alliance, 2002

<ul style="list-style-type: none"> <li>☺ Da oportunidad para corregir malentendidos antes que los periodistas escriban sus artículos</li> <li>☺ Puede hacer el asunto de investigación más importante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☹ No puede predecir las preguntas que los periodistas hagan o cómo el asunto será presentado a los medios</li> <li>☹ Formal, impersonal, puede no ser favorable</li> </ul>
--	---

## CÓMO: participar en una conferencia de prensa

Como investigador, es posible que participe en una conferencia de prensa organizada por otras personas en lugar de ser usted mismo quien la organice. A continuación se presentan algunos puntos que le ayudarán a participar.

- Mantenga consigo eventos de los medios que incluyan posibles conferencias de prensa en temas relacionados con sus resultados de investigación.
- Contacte a los oficiales de prensa de las organizaciones planeando la conferencia y explíqueles que le gustaría asistir y por qué.
- Sea persistente al contactar a los oficiales de prensa (si puede llámelos personalmente) y asegúrese de que ellos tengan sus detalles y entienda porque usted quiere atender (vea los consejos sobre como pasar un buen PA, en la Herramienta 4).
- Si los oficiales de prensa no son alcanzables /no están disponibles, contacte a la persona responsable del tema en la organización programando la conferencia de prensa e intente obtener los detalles relevantes
- Averigüe más a través de sus redes de contacto.

## CÓMO: preparar una conferencia de prensa

Aunque es posible que usted participe, como se menciono arriba, es útil para usted saber los pasos involucrados con la organización de una conferencia de prensa.

### Preparación para la entrevista

- Dé entre dos a siete días de aviso de la conferencia a los periodistas relevantes (considere reporteros, columnistas, presentadores, editores) y envíeles un anuncio incluyendo:
  - \* El propósito de la conferencia de prensa.
  - \* La fecha, hora y lugar donde se realizará.
  - \* Quién hablará/ la presentará / la presidirá.
- Escoja un lugar apropiado incluyendo lo siguiente según se requiera:
  - \* Ubicación y acceso fácil, y estacionamiento adecuado;
  - \* Bajos niveles de ruido
  - \* Capacidad suficiente – enchufes para las luces de TV, espacio, diseño
  - \* Equipo audio/ audiovisual, espacio para entrevistas individuales
  - \* Empleados eficientes con experiencia en conferencias + experiencia técnica
- Escoja una hora apropiada del día para la mayoría de los medios, i.e. así ellos pueden escribir la historia antes de sus tiempos límites (usted no podrá cuadrar con todos los tiempos límites).
- Seleccione e informe al presidente y a los voceros apropiados. Trabaje con ellos para identificar y practicar las respuestas de los periodistas – especialmente las difíciles.

- Seleccione un oficial de prensa /persona clave de contacto para que interactúe con la prensa
- Prepare un paquete de información impreso para los periodistas, incluyendo: (Ver herramienta 12)
  - \* Folleto con los objetivos del proyecto
  - \* Ejemplo de historias exitosas del proyecto
  - \* El comunicado de prensa
  - \* Antecedentes de su organización /coalición
  - \* Una lista de los puntos claves que está haciendo, discursos de muestra y recomendaciones para acciones futuras
  - \* Una lista de contactos a quienes los periodistas puedan contactar para discutir el asunto
  - \* Cualquier fotografía relevante, estadísticas, gráficas, etc. Tome cuidado especial con lo relacionado a la confidencialidad e informe a la persona que presida y a los voceros sobre estos asuntos si fuese necesario.

### Formato de una conferencia de prensa

(Este formato es similar al formato para cualquier evento bien organizado).

**1** Bienvenida, refrescos y distribución del paquete informativo para la prensa.

**2** Presidente de la conferencia:

\* introduzca al/ los vocero/s; explique los arreglos y procedimientos; señale al oficial de prensa/ persona clave de contacto para todas las dudas; indique si habrán entrevistas después; mencione los asuntos relacionados con la confidencialidad cuando sea necesario.

**3** Voceros

**4** Quien presida recibirá las preguntas de los periodistas y luego se las dará a uno de los voceros para que responda, otros voceros pueden también complementar las respuestas.

**5** El presidente agradece a la prensa por atender y clausura la conferencia de prensa.

**6** Entrevistas individuales con los voceros

### Después de la conferencia de prensa

- Envíe el paquete informativo a los periodistas que no asistieron
- Haga una lista de los asistentes y actualice su base de datos cuando sea apropiado
- Escriba los nombres de los periodistas que hicieron preguntas particularmente importantes / parecieron simpatizar con su causa.

## CONSEJO para preparar y realizar una conferencia de prensa

### Intente:

Asegurarse que su conferencia de prensa no coincida con un evento importante que dificulte que los periodistas puedan atender.

Llame para verificar que el anuncio haya sido recibido – use esta oportunidad para impulsar a los periodistas a que atiendan.

Escoja a sus voceros cuidadosamente – deberían ser voceros interesantes, confidentes y mostrar la cara humana del asunto/ problema

Asegúrese que cada vocero conozca su mensaje clave y coordine que cada uno diga algo diferente

Atraiga la atención con dichos, comparaciones, ejemplos o ayudas visuales como fotografías o gráficas.

Responda las preguntas clara y sencillamente.

Asegúrese que la persona escogida para tratar con los medios sea claramente identificable.

Clarifique porque las organizaciones o personas diferentes están involucradas en esta conferencia de prensa conjunta.

Involucre a los periodistas pidiéndoles recomendaciones sobre cómo organizar y planear la conferencia de prensa.

### Intente no:

tener muchos voceros – el mensaje puede confundirse!

permitir que los voceros hablen por más de 10 minutos.

empezar tarde – los periodistas tienen tiempos que cumplir!

permitir que los voceros respondan con respuestas largas las preguntas – prevenga al presidente según sea apropiado.

permitir que la conferencia de prensa tome mucho tiempo.

permitir que los voceros hagan declaraciones conflictivas – intente ensayar los puntos claves con los voceros antes de la conferencia

organizar la conferencia de prensa si hay una forma más barata y efectiva de hacerle publicidad al asunto

sostener una conferencia de prensa si predice que la mayoría de los periodistas estarán en desacuerdo con usted o harán una cobertura negativa.

## CONCEJOS PARA EL EXITO:

- *Asegúrese de usar sus redes para tener conocimiento de las conferencias de prensa y tener acceso a ellas*
- *Cuando se dirija personalmente a los oficiales de prensa deje con ellos una copia del paquete informativo para la prensa de su proyecto*
- *Si no puede atender una conferencia de prensa asegúrese de enviar a un colega, si no es posible, contacte al oficial de prensa antes para que ellos puedan enviarle las nuevas noticias, artículos publicitados, etc.*