

GUÍA BÁSICA PARA LA PREPARACIÓN DE UNA RUEDA DE PRENSA

**DIRIGIDA A COLECTIVOS DE
FAMILIARES DE PERSONAS
DESAPARECIDAS**



COLECTIVO DE FAMILIARES EN BÚSQUEDA
MARÍA HERRERA. CHILPANCINGO GRO.



1. DECIDIR EN COLECTIVO

Conviene conversar con las compañeras de tu colectivo algunos temas importantes que le darán fuerza al mensaje, buscando que éste represente la voz de todas.

DIALOGA CON TUS COMPAÑERAS SOBRE:

EL TEMA DE LA RUEDA DE PRENSA:

Tiene que ser relevante y estar bien enfocado. Tendría que haber un único tema central, que se tendrá que desarrollar ofreciendo datos que ayuden a su contextualización. Durante la conferencia los medios pueden hacer preguntas que desvirtúen el mensaje, o que pongan a la mesa otras agendas, por lo que es deber de las voceras electas reorientarlas y clarificar el motivo central de la rueda de prensa.

EL LUGAR Y LA FECHA

Para los colectivos de familiares de personas desaparecidas hay lugares y fechas que rescatan la memoria de las personas que nos hacen falta. Son lugares simbólicos y fechas conmemorativas que tienen alto impacto tanto para la familia, la sociedad y para las instituciones, tales como el 30 de Agosto, día internacional de las víctimas de desaparición forzada, la fecha de cumpleaños de personas desaparecidas, el aniversario de la fecha de desaparición, entre otras.

Sin embargo, los colectivos pueden convocar ruedas de prensa para informar sobre sus exigencias y falta de respuesta del gobierno y sus instituciones. Para eso es importante tomar en cuenta que hay mayor respuesta de los medios es entre semana y no en fines de semana.

LA HORA

Lo más recomendable es convocar entre las 10 am y las 12 del mediodía. Así nos aseguraremos que podamos dejar tiempo suficiente para que los periodistas de radio y TV puedan elaborar sus informaciones. Si está en nuestras posibilidades, procuremos que no coincida con ningún evento importante que nos pueda restar atención por parte de los medios.

¿QUIÉN INTERVIENE?

Durante la rueda de prensa pueden estar al frente las compañeras que lo deseen como muestra de respaldo, sin embargo, las personas que toman el micrófono y transmiten el mensaje deben ser electas, como máximo 3 personas. Estas intervenciones deben ser ordenadas con anticipación y con una duración de no más de 10 minutos por persona. Para que en el lugar estén representadas todas las buscadoras podemos usar lonas, fotografías y fichas de búsqueda, o una identificación común del colectivo como: camisetas, sticker, cubrebocas alusivo, etc.

Es importante que la primer persona que intervenga dé la bienvenida a los medios y presente al colectivo, así como dé la información más importante, para que las demás participaciones abarquen los aspectos secundarios. Esta primer personas puede ser la representante del colectivo u otra persona que las compañeras asignen.

PREGUNTAS Y ENTREVISTAS

Al final se tiene que abrir un turno de preguntas, para lo cual es conveniente que responda una de las delegadas. Las respuestas a las preguntas tienen que ser concretas, completas y breves. Además, para entrevistas posteriores a la rueda de prensa, es necesario que se elijan las personas que podrán ser entrevistadas para que cada integrante del colectivo pueda referir a los medios y se mantenga un solo discurso.

LOS MEDIOS QUE SE CONVOCARÁN

Debemos contar con un directorio de medios que nos facilita localizar a periodistas y medios informativos aliados al movimiento de los colectivos. En ocasiones convendrá convocar a todos y todas y, otras veces, solo a algunos o incluso solo a un medio.

Hacer equipos: Es importante que la carga no recaiga solamente en una persona, por lo que se deben asignar responsabilidades en pequeños equipos de trabajo que se encarguen de tareas, tales como: convocatoria telefónica, por correo, logística, materiales, contacto con medios el día de la rueda de prensa, seguimiento, etc.

¡Recuerda! Los colectivos de familiares forman parte de una gran familia, por lo que pueden pedir apoyo a personas y organizaciones solidarias en la conformación de estos equipos de trabajo. También pueden recurrir al apoyo entre colectivos y sus redes (como la Red de Enlaces Nacionales) para dar mayor fuerza al mensaje de tu colectivo.

2. REDACTAR Y ENVIAR LA CONVOCATORIA

La convocatoria de prensa es un documento sencillo que se tiene que enviar por correo electrónico con 48 horas de antelación en las redacciones de los medios. Tiene que figurar: el tema de la rueda de prensa, el día, la hora, el lugar, quién interviene y qué se explicará. Una vez enviada, se recomienda hacer una rueda de llamadas para garantizar que ha sido recibida por los medios de información. Además, el día antes de la rueda de prensa se puede volver a hacer una ronda de llamadas para confirmar la asistencia. Puedes extender la convocatoria a las organizaciones solidarias con el movimiento de las familias, que desde sus espacios de difusión pueden alcanzar a sectores de la población específicos, como activistas y personas solidarias.

Además el colectivo puede hacer la invitación pública a la transmisión en vivo de la rueda de prensa, a través de un cartel en redes sociales con el enlace del perfil en el que se transmitirá.

Es muy importante tener en cuenta que para la convocatoria en redes sociales se deben escribir los Hashtags (#) que identifiquen al movimiento o el tema específico de la rueda de prensa, por ejemplo: #BuscandoNosEncontramos #Nosfaltanatodxs #Hastaencontrarles #SinlasfamiliasNo #HastaEncontrarte #Dondeestan



3. REDACTAR LA NOTA DE PRENSA

La nota de prensa es un documento impreso, donde se ofrecerá información a los periodistas como si fuera «una noticia». Es recomendable que no tenga una extensión superior a dos cuartillas, que la información esté bien estructurada de inicio a final y que se incorporen datos, cuadros y gráficos si la información lo requiere. Tiene que llevar un titular y poner claramente la en la parte superior «Nota de prensa».

4. RECIBIR A LOS MEDIOS Y MODERAR LOS TIEMPOS

Es importante que la persona asignada para recibir a los medios, les indique dónde se tienen que instalar las cámaras, los micrófonos y resolver dudas. Conviene que haya un acercamiento personal, una presentación cordial y una lista de los medios que se vayan haciendo presentes. Cuando pasen no más de cinco minutos de cortesía de la convocatoria, se puede empezar. Será en aquel momento cuando se den las notas de prensa (justo cuando empiece a hablar la primer delegada del colectivo, nunca antes de empezar o al finalizar).

5. INFORMAR A OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Es importante controlar qué medios han asistido al acto informativo y cuáles no. Al acabar la rueda de prensa, haremos llegar a los medios ausentes la nota de prensa con una o dos fotografías de los portavoces en el momento de la intervención, identificados.

6. ANALIZAR EL IMPACTO

Se puede asignar a un equipo de personas que rastreen los medios para grabar las transmisiones por radios o televisión, o tener un registro de las noticias de prensa impresa o digital que se hicieron en torno a la rueda de prensa. Conviene hacer una recopilación con todo el material para tener una evidencia de cómo fue la rueda de prensa y prever posibles mejoras en la organización de la próxima.

