

CÓMO PREPARAR UNA RUEDA DE PRENSA



2. REDACTAR Y ENVIAR LA CONVOCATORIA

Es un documento sencillo que debe ser enviado por correo electrónico con 48 horas de antelación a los medios de comunicación.

Este documento debe contener: el tema, el día, la hora, el lugar, quién intervendrá y qué se explicará.

Una vez enviada, se recomienda confirmar haciendo llamadas para garantizar que ha sido recibida.

4. RECIBIR A LOS MEDIOS Y MODERAR LOS TIEMPOS



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).



6. ANALIZAR EL IMPACTO

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.



COLECTIVO DE FAMILIARES EN BÚSQUEDA
MARÍA HERRERA, CHIAPANECO GRO.



COLECTIVO DE FAMILIARES EN BÚSQUEDA
AMOL, FE Y ESPERANZA
MEXICO ENCOUNTER/ALZOS

DIRIGIDA A COLECTIVOS DE FAMILIARES DE PERSONAS DESAPARECIDAS

1. DECIDIR EN COLECTIVO



Acordar en colectivo, el tema, la hora, el lugar, a quiénes se convocará y quiénes serán las encargadas de intervenir, les permitirá comunicar la información con precisión.



3. REDACTAR LA NOTA DE PRENSA

Es un documento impreso, donde se ofrecerá información a los periodistas como si fuera «una noticia».

Se recomienda que no tenga una extensión superior a dos cuartillas, que la información esté bien estructurada de inicio a fin y que se incorporen datos, cuadros y gráficos, si la información lo requiere. Tiene que llevar un titular y poner claramente en la parte superior: «Nota de prensa».

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.



ESTRUCTURA DE UNA NOTA DE PRENSA

DIRIGIDA A COLECTIVOS DE FAMILIARES DE
PERSONAS DESAPARECIDAS



TÍTULO

Debe ser breve, claro, noticioso y llamativo



CUERPO

No debe exceder a 5 párrafos y cada uno de los párrafos debe expresar y describir ideas concretas.

Por ejemplo, las denuncias o exigencias de un colectivo hacia una autoridad.



RECOMENDACIONES PARA LA REDACCIÓN

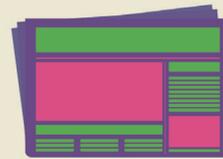
- Utilizar papel membretado y entregarlo impreso a los medios de comunicación y en caso de enviarlo en formato digital, enviarlo en formato PDF con el logo del colectivo.
- Usar titulares atractivos con carácter noticioso.
- Tener imágenes de apoyo.
- Enfatizar en datos y cifras importantes
- Escribir la fecha y lugar de emisión.



COLECTIVO DE FAMILIARES EN BÚSQUEDA
MARÍA HERRERA CHUPUNGUIGÓN



COLECTIVO DE FAMILIARES EN BÚSQUEDA
DE LAS PERSONAS DESAPARECIDAS
HASTA ENCONTRARLOS



La nota de prensa se caracteriza porque debe informar con mucha claridad y precisión sobre situaciones o hechos actuales o que están por ocurrir. En ese sentido, su texto será concreto y su vigencia breve.



ENTRADA

Contiene la información, mensaje central o hechos principales de forma resumida y clara, en un solo párrafo.



CONTACTO DEL COLECTIVO

Al final de la nota de prensa, deben estar los datos de contacto de la persona responsable de la comunicación del colectivo, o bien el correo electrónico, página web o redes sociales del colectivo.



¡PARA TENER EN CUENTA!

- Contar con un directorio de periodistas y medios de comunicación, con los nombres, cargos dentro del medio, correo electrónico y número telefónico.
- Establecer listas de distribución vía correo electrónico de periodistas, según sea su sección o responsabilidad en el medio y cargo. Esto nos permitirá una comunicación más efectiva y organizada.



Centro de Estudios
Ecuménicos