

Comparta el mensaje del Día Nacional de la Prueba del VIH: Consejos de colaboración con los medios de comunicación

Obtenga acceso a los medios de comunicación

Estos consejos abarcan varios formatos comunes para obtener acceso con los medios de comunicación:

- Reunión con consejos editoriales
- Sesiones informativas para la prensa
- Conferencias de prensa
- Mensajes a los medios de comunicación
- Comunicados de prensa
- Noticias de fondo
- Artículos de opinión
- Cartas al editor
- Estaciones de televisión con acceso público
- Entrevistas con los medios de comunicación (televisión, radio y prensa)

Reuniones con consejos editoriales

Solicitar una reunión con el consejo editorial de un periódico o revista es apropiado cuando usted está tratando de:

- Hacer que el periódico o revista establezca o cambie su posición sobre algún tema de política pública
- Hacer que el periódico o revista aumente o cambie el contenido de su cobertura de prevención del VIH

Antes de reunirse con un consejo editorial, es importante hacer su tarea:

- Revise la cobertura previa sobre el VIH del periódico o de la revista y su perspectiva sobre los temas de salud pública. Use esta información para desarrollar un enfoque eficaz para comunicarse con el consejo.
- Trabaje con socios para adquirir los datos y crear un resumen (de 15 a 20 minutos) convincente para apoyar su mensaje. Sus puntos deberían claramente afirmar la importancia de este tema a la audiencia clave de la revista o del periódico.
- Trabaje con dos a cuatro expertos creíbles (ej. médicos, científicos y poblaciones en riesgo) o socios quienes asistirán a la reunión del consejo editorial y harán la presentación.
- Anticipe y prepárese para las preguntas.

Sesiones Informativas para la prensa

Las sesiones informativas para la prensa pueden establecer relaciones positivas con periodistas y al mismo tiempo les proporcionan información base importante sobre el VIH, como los síntomas, el efecto económico de la prevención e información que apoya un cambio deseado de políticas. Ya que los periodistas

deben abarcar una variedad amplia de temas, una sesión informativa bien administrada para la prensa es una manera eficaz para que ellos hagan su tarea. Las sesiones informativas para la prensa se podrían organizar para coincidir con el Día Nacional de la Prueba del VIH o para promover sus eventos y actividades.

Cuando se organiza una sesión informativa para la prensa, es importante:

- Invitar a los periodistas, incluyendo los columnistas, que abarcan regularmente los temas de salud o asuntos sociales de publicaciones y medios de comunicación influyentes, incluyendo aquellos cuyas audiencias claves son poblaciones en riesgo.
- Si fuera posible, trabaje con un funcionario de los medios de comunicación que pueda aconsejarle sobre la mejor ubicación y hora del día para la sesión, así como cuál sería la mejor manera de publicitar la sesión a reporteros influyentes.
- Si fuera posible, haga la reunión más atractiva proporcionando alimentos, como un desayuno continental.
- Trabaje con socios para identificar y preparar materiales escritos para los periodistas participantes, como hojas informativas sobre el VIH en su localidad y la historia y trabajo de su organización.
- Prepare una sesión informativa de 10 a 25 minutos hecho por expertos en el área apropiada, seguida de tiempo para las preguntas.
- Prepare oradores con anticipación para anticipar las preguntas y las respuestas y para asegurar que sus representantes hablen con una voz.
- Comience y termine a tiempo. Los periodistas tienen límites determinados para los editoriales. Se pierde credibilidad cuando no puede mantener su agenda.
- Tenga un moderador capacitado para asegurar que la sesión se mantenga en el tema y a tiempo, así como para estimular las preguntas.
- Esté disponible inmediatamente después de la sesión para la radio, la televisión, o periodistas que deseen realizar entrevistas individuales breves.

Conferencias de prensa

Tener una conferencia de prensa es apropiado cuando se cuenta con expertos del VIH o celebridades nacionales o internacionales que visitan su área, para dar nuevas noticias importantes, o para presentar cambios importantes en los datos del VIH en su localidad.

Mensajes para los medios de comunicación

Los mensajes para los medios de comunicación son anuncios escritos de las sesiones informativas para la prensa, conferencias de prensa y eventos públicos que se les envían a los medios de comunicación que se espera asistirán.

Comunicados de prensa

Los comunicados de prensa contienen las noticias de último minuto que los medios de comunicación pueden convertir en artículos impresos y emisiones al aire. Muchos medios de comunicación reciben diariamente grandes cantidades

de comunicados de prensa, de manera que usted está enfrentándose con una gran competencia por la atención de los medios de comunicación. Un titular llamativo y un primer párrafo convincente son esenciales para hacerse notar. Una relación confiada con los medios (ej. ven que usted es confiable y creíble) aumentará enormemente sus probabilidades de recibir cobertura. Un buen comunicado de prensa comunica objetivamente las noticias de último minuto y proporciona la información de fondo. Pueden expresar opiniones usando citas de fuentes creíbles. El comunicado de prensa también enumera un par de contactos capacitados para suministrar información adicional. Asegure que estos contactos sean fáciles de contactar durante las horas normales de operación.

Noticias de fondo

Las noticias de fondo proveen información en detalle, a menudo de una perspectiva de interés humano. Por ejemplo, usted quizá desee perfilar a una persona específica con el VIH o a alguien que pueda compartir la importancia de las pruebas del VIH (con su permiso). Estas noticias se negocian generalmente con un medio de comunicación. Pueden promover una imagen positiva de su agencia y sus servicios.

Artículos de opinión

Los artículos de opinión son oportunidades para escribir un artículo para publicar. Estos artículos de opinión se limitan generalmente a cerca de 800 palabras. Una llamada telefónica sencilla a los medios de comunicación puede proporcionarle una guía sobre como escribir un artículo de opinión. Los artículos de opinión aparecen generalmente en las páginas editoriales con sus propios titulares y pie de autor. Pueden ser maneras eficaces de aumentar el apoyo y la conciencia sobre los temas del VIH al proporcionar la opinión de un experto destacado en temas de prevención, datos o necesidades de la prueba.

Cartas al editor

Los periódicos y las revistas generalmente dedican espacio a las cartas que expresan los puntos de vista de lectores acerca de las posiciones del contenido y de los editoriales. Las cartas al editor son leídas ampliamente. Son más eficaces cuando son breves y limitadas a uno o dos de los puntos clave. Es importante señalar que la mayoría de la prensa impresa se reserva el derecho a editar (por tamaño) las cartas que ellos publican.

Estaciones de televisión con acceso público

Algunas agencias de salud pública regularmente tienen programas semanales en sus estaciones locales de televisión pública. Los videos de los programas presentados pueden usarse como herramientas educativas a más largo plazo. Aunque el acceso es gratuito, asegure que su programa sea interesante e informativo y sin causar temor o desconfianza entre las poblaciones de alto riesgo puede ser difícil pero importante.

Entrevistas con los medios de comunicación (televisión, radio y prensa)

Las entrevistas con los medios de comunicación pueden ocurrir en una variedad de entornos. Pueden incluir los programas de entrevistas, citas cortas usadas por reporteros de televisión, o las entrevistas extensas usadas por los medios de comunicación impresa.