

**JUEGO DE MATERIALES
PARA LAS RELACIONES PÚBLICAS**



ROTARACT

Las relaciones públicas son fundamentales para dar a conocer el valor del programa Rotaract. Contribuyen a promover Rotaract, qué es y qué hace, tanto en la comunidad como más allá de sus límites. *Fomente una imagen positiva de Rotaract* en los medios de difusión y otros canales de comunicación.

Los medios informativos son un componente importante de las relaciones públicas. Son rápidos, funcionan a nivel local y permiten llegar a un número significativo de personas a la vez. Los periódicos, revistas, programas televisivos y demás medios de difusión locales pueden contribuir a divulgar el mensaje de Rotaract directamente entre el público general.

Además de dirigirse a los medios de difusión locales, las actividades de relaciones públicas también pueden destinarse al club rotario patrocinador, la comunidad empresarial, los funcionarios gubernamentales y los líderes cívicos de la localidad, otras organizaciones, y las personas directamente beneficiadas por las actividades de servicio que implementa el club.

Se recomienda consultar las ideas y los recursos presentados en este juego de materiales para así promover la labor del club Rotaract. ¡Difunda la obra de bien que Rotaract realiza!

Lo que SE DEBE y NO SE DEBE hacer

- | | |
|-------------------|---|
| SE DEBE | analizar cada uno de estos materiales para determinar cuál se adapta mejor al objetivo que se persigue. ¿Se trata de responder a la falta de mención de Rotaract en un artículo periodístico o se desea informar sobre la participación de los rotarios en una actividad de la comunidad, ciudad o país? |
| SE DEBE | poner de relieve a Rotaract. Al colaborar con un club rotario que patrocina una actividad o proyecto de ayuda para casos de desastre, servicio en la comunidad o las JNV, asegúrese de remitir un comunicado de prensa informando sobre la participación de Rotaract. Los medios de comunicación se muestran interesados en las crónicas sobre actividades que cuentan con la participación de voluntarios jóvenes. |
| SE DEBE | enviar el mensaje a los boletines locales, publicaciones universitarias y sitios web. |
| SE DEBE | enviar una carta de presentación con el material seleccionado y solicitar la atención del director. |
| NO SE DEBE | remitir varios documentos del juego de materiales para las relaciones públicas a un único medio de comunicación. |
| NO SE DEBE | enviar a los medios de comunicación modelos selectos de ciertos materiales sin dejar de referirse al interés del club Rotaract local en la actividad que constituye noticia. |

CONTACTOS CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Las noticias pueden transmitirse a los medios de comunicación de diversas maneras. Sea cual fuere la forma que usted elija, sea convincente, tenaz y cordial, sin mostrarse hostil. Procure averiguar y comprender las preferencias de cada periodista.

- **Por teléfono:** Algunos representantes de los medios de difusión prefieren que se les brinde una breve descripción telefónica (menos de un minuto) de la noticia y los motivos por los cuales podría interesar al público. Si necesitan más información pueden pedirla directamente.
- **Por correo:** Más apropiado cuando la difusión del material no es urgente. Remita cartas de una sola página con el material alusivo.
- **Por fax o correo electrónico:** Medios económicos y rápidos, adecuados para remitir información directamente a la sala de noticias, aunque tienen sus limitaciones. La mayor parte de los reporteros no aconsejan el envío de mensajes no solicitados por fax o correo electrónico. Averigüe los métodos que se consideran más adecuados para el medio informativo al que se dirige.

CONTENIDO DEL JUEGO DE MATERIALES

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1. MODELO DE CRÓNICA | 4. CÓMO REDACTAR UN COMUNICADO DE PRENSA EFICAZ |
| 2. MODELO DE ARTÍCULO DE OPINIÓN | 5. FOTOGRAFÍAS |
| 3. MODELO DE CARTA AL DIRECTOR | 6. CÓMO PROMOVER ROTARACT EN LA WEB |

DESCRIPCIÓN DE LOS MATERIALES

1. MODELO DE CRÓNICA

Los periódicos y revistas suelen interesarse en acontecimientos sobre Rotaract, pero debido a cuestiones de tiempo y restricciones en el personal, a veces resulta imposible asignar un reportero para cubrir estas noticias. El *modelo de crónica* previamente redactado es la solución para este tipo de situaciones. A continuación se ofrecen ideas sobre el procedimiento que se puede seguir cuando se remite una *crónica* al periódico o revista local:

- Analizar el *modelo de crónica* a fin de familiarizarse con el formato y estilo.
- Contactar con el periódico o la revista para obtener el nombre y la dirección postal, el número de fax o la dirección electrónica del redactor de crónicas. También puede buscar esta información en el sitio web del medio informativo en cuestión.
- Escribir una breve carta de introducción en la que se solicite al redactor de crónicas que considere el artículo adjunto para su publicación en la sección que corresponda.
- Adjuntar fotos sobre la crónica.

- Realizar un seguimiento con el redactor de crónicas un día después si la *crónica* y las fotos se enviaron por fax o correo electrónico, o 3 o 4 días después, si se envió por correo postal, para cerciorarse de su recepción. (Las primeras horas de la mañana son las mejores para contactar con los redactores de periódicos o revistas. Evitar llamar después de las 14.)

2. MODELO DE ARTÍCULO DE OPINIÓN

Las columnas de opinión aparecen al final de la primera sección en la mayoría de los periódicos, generalmente en la página opuesta a la del editorial. Esta sección constituye un excelente foro para que los miembros de la comunidad expresen su opinión. Tenga en cuenta las siguientes ideas para conseguir la publicación de un *artículo de opinión*:

- Analizar el *modelo de artículo de opinión* para familiarizarse con el formato y el estilo.
- Contactar con el periódico o revista local y obtener los datos necesarios para remitirlo a la sección Editorial. También puede buscar esta información en el sitio web del medio informativo en cuestión.
- Enviar el *artículo de opinión* por correo postal o electrónico, o por fax, al redactor de artículos de opinión del periódico.
- Realizar el seguimiento con el redactor de artículos de opinión del periódico o revista uno o dos días después del envío del artículo por fax o correo electrónico, o de 3 a 4 días después si se envió por correo postal, para cerciorarse de su recepción. (Recuerde, evite llamar después de las 14.)

3. MODELO DE CARTA AL DIRECTOR

La *carta al director* es un excelente medio de informar a la comunidad sobre las actividades que Rotaract implementa. Tenga en cuenta las siguientes ideas para conseguir la publicación de la *carta al director* que usted elabore:

- Analizar el estilo y formato del *modelo de carta al director*.
- Contactar con el periódico o revista local y obtener los datos necesarios para remitirlo a la sección Editorial. También puede buscar esta información en el sitio web del medio informativo en cuestión.
- Enviar la *carta al director* por correo postal o electrónico, o por fax.
- Realizar un seguimiento para cerciorarse de su recepción. Evitar llamar después de las 14.

4. CÓMO REDACTAR UN COMUNICADO DE PRENSA EFICAZ

Los comunicados de prensa constituyen una de las herramientas de mayor uso en las relaciones públicas. Los periódicos reciben con interés los comunicados de prensa y, a menudo, los publican al pie de la letra. Se deben tener en cuenta dos factores fundamentales a la hora de enviar comunicados de prensa eficaces: la puntualidad y el punto de vista local. Si el club desea realizar un anuncio, el comunicado de prensa deberá responder claramente a las siguientes preguntas: ¿Quién? ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? y ¿Por Qué?

A continuación se enumeran algunas ideas para conseguir la publicación de un *comunicado de prensa* por parte de un periódico o revista. (Nota: No se debe enviar más de un *comunicado de prensa* al mismo medio de comunicación.)

- Analizar y tomar nota del estilo y formato del *modelo de comunicado de prensa*.
- Añadir los datos de la persona de enlace del club en la parte superior de la hoja. Asegúrese de que esta persona se encuentre disponible para responder a las preguntas de los medios de comunicación.
- Contactar con el periódico o revista local y obtener los datos necesarios para remitirlo al redactor asignado.

- Planificar la entrega del comunicado de forma que llegue al menos 3 o 4 días antes de que se inicie la actividad programada.
- Enviar el *comunicado de prensa* por correo postal o electrónico, o por fax, al redactor asignado.
- Realizar el seguimiento con el redactor asignado un día después del envío del artículo por fax o correo electrónico, o 3 días después si se envió por correo postal, para cerciorarse de su recepción. (Llamar antes de las 14.)

5. FOTOGRAFÍAS

Los elementos visuales representan un componente fundamental de la prensa. Muchos periódicos y revistas reciben con agrado el envío de fotografías por parte de fuentes externas. Además, una buena foto puede aumentar las posibilidades de que el artículo se publique. Ponga a prueba su ingenio al sacar una foto. Una foto descriptiva resultará más atractiva que una de un grupo de gente sentada frente a la cámara. Saque fotos que ilustren la actividad que se desea y que muestren el propósito de Rotaract.

- Fotos ilustrativas que muestren a los rotaractianos en acción en la comunidad.
- Fotos que muestren a los rotaractianos mientras participan en un proyecto de servicio o ayudan a los niños.
- Incluya, siempre que sea posible, el emblema de Rotaract o Rotary en la foto, ya sea en un cartel o en alguna prenda de vestir que llevan los fotografiados. Lo mejor es utilizar carteles sutiles pero claros.

Como utilizar las fotos: sugerencias

- Remitir las fotos junto con la crónica y los comunicados de prensa, ya que estos artículos periodísticos suelen ir acompañados de fotografías y gráficos.
- No remitir fotos con artículos de opinión o cartas al director porque no se suelen incluir componentes visuales en la sección editorial del periódico.
- No remitir las fotos por fax a los medios de comunicación, ya que la imagen perderá la nitidez necesaria para su reproducción.

Visite la **Galería de fotos de Rotaract** que contiene ejemplos de fotografías que ilustran las actividades de los Rotaractianos:
www.rotary.org/programs/rotaract/prtools/gallery.html

6. CÓMO PROMOVER ROTARACT EN LA WEB

La web es un medio muy eficaz de impulsar las relaciones públicas del grupo. Es el medio ideal para compartir la labor del club Rotaract con el resto del mundo. Esta sección lo ayudará a crear un sitio o utilizar el que ya está en funcionamiento para promocionar los proyectos de Rotaract.

MODELO DE CRÓNICA

1250 palabras

Polio: Se vislumbra el fin

Durante la primera mitad del siglo XX, la poliomielitis dejaba paráliticas a medio millón de personas al año. Hoy, esta enfermedad se encuentra al borde de su desaparición.

La guerra contra la polio se ha librado, durante décadas, en numerosos frentes y nunca antes se estuvo tan cerca de la victoria. Se trata de una batalla en la cual se lucha con dos minúsculas gotas de una vacuna, una tecnología sofisticada y un ejército de dedicados voluntarios que ayudan a los científicos en la búsqueda de tan esquivo adversario.

La lucha para lograr la erradicación mundial de la polio es una historia que alcanza proporciones épicas en el campo de la salud pública. Rotary International constituye el sector voluntario de la campaña mundial dedicada a la erradicación de la enfermedad. También son colaboradores del sector privado la Organización Mundial de la Salud (OMS), el UNICEF y los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades de EE.UU. (conocidos por su acrónimo en inglés, CDC). El papel desempeñado por Rotary en este equipo se ha convertido en modelo para futuras campañas del sector público y privado en los años futuros.

Los rotarios dirigen el ataque contra esta enfermedad dedicando más de 500 millones de dólares provenientes de fondos privados, hasta el año 2005, a fin de suministrar la vacuna, el apoyo técnico, el personal médico, el equipo de laboratorio y el material informativo para el personal sanitario y los padres de los niños.

Sin embargo, lo que es aun más importante es que los rotarios ofrecen su solidaridad, su tiempo y su experiencia. Durante las jornadas nacionales de vacunación (JNV), los rotarios ayudan en los puestos de inmunización, distribuyen las dosis de vacuna, transportan al personal sanitario y reclutan colegas voluntarios.

La movilización de masas que acompaña a las jornadas nacionales de vacunación, denominada “movilización social”, consiste en una campaña tipo “electoral” y estrategias novedosas para hacer llegar el mensaje a aquellas personas marginadas a causa de los conflictos, la topografía del lugar o la pobreza extrema. Los rotarios preparan y distribuyen diferentes tipos de herramientas para la comunicación de masas, incluidos carteles, espacios publicitarios en la televisión, promoción radial, carteles o vallas, canciones populares y mensajes publicitarios colocados en carrozas, camiones, carretas y en anuncios en los periódicos locales.

El esfuerzo para vacunar a los niños alcanza proporciones heroicas. Son frecuentes los desplazamientos de cientos de kilómetros, en camello, en embarcaciones, en helicóptero, a caballo o a pie, durante varios días, a fin de que ningún niño quede sin vacunar.

A continuación se citan algunos ejemplos de Rotary en acción:

- En la India, más de 100.000 rotarios y sus familias y amigos colaboraron con el gobierno durante tres días consecutivos para inmunizar a más de 150 millones de niños en un sólo día, evento que constituyó una de las actividades de mayores dimensiones de la historia de la humanidad en el campo de la salud pública.
- En Uganda, los rotarios participan directamente en la planificación e implementación de las JNV. Miles de voluntarios rotarios ayudan a las autoridades, proporcionando instalaciones refrigeradas

para el almacenamiento de la vacuna, transportando las dosis de la vacuna a los puestos de inmunización y ayudando a localizar a los niños que no hubieran sido vacunados. Como líderes respetados de sus comunidades, los rotarios desempeñan un importante papel en la labor de promoción, cuyo objetivo es lograr que la gente confíe en el programa.

- Desde 1996, los rotarios de Angola dirigieron una campaña para solicitar aviones, helicópteros y vehículos privados a fin de transportar la vacuna a través de los campos infestados de minas. Otros voluntarios, movilizados por un solo club rotario, colaboraron con el gobierno y consiguieron llegar al 80% de la población infantil menor de 5 años.
- En países como Laos, Myanmar (Birmania), Vietnam y Yemen, donde no funcionan clubes rotarios, el programa PolioPlus financia la adquisición de las dosis de vacuna, el apoyo operativo y los materiales promocionales para las JNV.

Los tres últimos años han sido clave para el avance de la erradicación de la polio, culminando en varios logros importantes, como los siguientes:

- Casi 2000 millones de niños han recibido la vacuna oral contra la polio en los últimos 10 años y se encuentran a salvo de la poliomielitis.
- Durante las 74 jornadas nacionales de vacunación, las 16 jornadas subnacionales de vacunación y las 7 campañas de barrido (vacunación infantil puerta a puerta en zonas de difícil acceso donde existen focos de la enfermedad) realizadas en 1999, más de 450 millones de niños recibieron la vacuna contra la polio. Esta cifra representa cerca del 75% de la población mundial infantil menor de cinco años.
- Desde que Rotary inició su programa PolioPlus, el número de países polioendémicos ha disminuido de 125 en 1985 a 20 a fines de 2000.
- Desde 1988, el número de casos de polio ha disminuido de 350.000 a 3500 en 2001 (99%).
- En 1988, el 10% de los niños de todo el mundo vivía en países libres de polio, al 1 de enero de 2001, el 60%.
- Hasta la fecha, 122 naciones se han beneficiado de las subvenciones PolioPlus para la implementación de las actividades de inmunización y erradicación de la polio.

Queda mucho por hacer

A pesar de estos resultados tan alentadores, los funcionarios sanitarios advierten que la polio todavía está presente en el sudeste asiático y África subsahariana, especialmente en los países superpoblados. Para llegar al último reducto de la polio, la Organización Mundial de la Salud recomienda cuatro estrategias:

1. Mantener altos niveles de inmunización rutinaria.
2. Realizar JNV para niños menores de 5 años.
3. Implementar y mantener un riguroso sistema de información y una red de laboratorios.
4. Implementar operaciones de “barrido” cuando se crean necesarias.

La OMS informa que todavía se producen brotes de polio en áreas donde la infraestructura sanitaria es ínfima, debido principalmente a años de conflictos civiles o la escasa dedicación gubernamental.

Al entrar el programa de erradicación de la polio en la fase final y más difícil, todavía existe la necesidad imperiosa del apoyo político a la luz de la grave escasez de fondos. Se estima que se necesita la donación de más de 1000 millones de dólares antes de fines del año 2005 para erradicar la polio, habiéndose recibido promesas de donaciones por valor de 600 millones. En la actualidad, se necesita recaudar 400 millones de dólares adicionales para cubrir las necesidades previstas.

Al reconocer la urgencia de promover la campaña, el Consejo de los Fideicomisarios de La Fundación Rotaria acordó la creación del Grupo de Acción para la Promoción de la Erradicación de la Polio. La responsabilidad fundamental de este grupo consiste en coordinar la labor de los rotarios a fin de convencer a los gobiernos nacionales y a otras fuentes de financiación de la importancia y los beneficios de invertir los fondos necesarios para solventar los gastos extraordinarios de la erradicación de la polio. Según la OMS, una vez que se acabe con esta enfermedad, el mundo ahorrará anualmente 1500 millones de dólares al eliminar la necesidad de las inmunizaciones rutinarias. Desde 1995, como resultado de los esfuerzos de promoción de este grupo de acción, los gobiernos de varios países libres de polio han contribuido más de 1000 millones de dólares a la erradicación de la enfermedad en los países donde aún se reportan casos.

Además de la labor de apoyo, La Fundación Rotaria firmó recientemente un acuerdo con la Fundación de las Naciones Unidas, fundada por R.E. (Ted) Turner, a fin de contribuir a la recaudación de los fondos necesarios para lograr la erradicación de la polio.

El programa PolioPlus de Rotary ha evolucionado a través de los 20 años dedicados por la organización a eliminar una de las enfermedades más temidas de nuestra era. Además del esfuerzo internacional para lograr fondos externos, Rotary también instituyó, en 1995, el programa de Colaboradores de PolioPlus, mecanismo alternativo para recaudar fondos a fin de suministrar a los voluntarios rotarios en el ámbito local la oportunidad de participar en los últimos y más decisivos años de este esfuerzo mundial.

Los rotarios y La Fundación Rotaria han contribuido más de 28 millones al programa de Colaboradores de PolioPlus, para financiar la labor de movilización social, los laboratorios, las actividades de vigilancia y otros proyectos de erradicación de la polio. Las donaciones realizadas a través del programa de Colaboradores de PolioPlus oscilan entre 100 y 100.000 dólares y se utilizan para la adquisición de los equipos de vigilancia y artículos de promoción, tan necesarios para movilizar a las comunidades durante las jornadas nacionales de vacunación.

Los rotarios tratan de hacer todo lo que está a su alcance para asegurarse de que la polio no reincida y destruya el objetivo de la erradicación. Como uno de los funcionarios de la OMS señala: "Al contrario de lo que ocurre con otras muchas enfermedades, contamos con la tecnología necesaria para erradicar la polio. Nunca llegaremos a estar tan cerca de nuestro objetivo como hoy".

El mundo mantiene su firme posición en el umbral de la victoria. Gracias a los logros conseguidos en las dos últimas décadas, más de 2000 millones de niños han recibido la vacuna oral contra la polio y se encuentran protegidos contra esta enfermedad. El UNICEF estima que más de tres millones de niños hoy juegan y pasean en nuestras ciudades y pueblos, sin la amenaza devastadora de la polio, gracias al esfuerzo de Rotary y sus colaboradores mundiales.

¿Qué mejor regalo podemos ofrecer a los niños del próximo siglo que un mundo sin polio?

####

MODELO DE ARTÍCULO DE OPINIÓN

600 palabras

Ahora más que nunca: Preste servicio voluntario en su comunidad

Ahora mismo se está librando otro enfrentamiento en Afganistán y Pakistán: la guerra contra la polio. Voluntarios del mundo entero han instalado puestos de vacunación a fin de proteger a los niños en las áreas rurales y urbanas, incluidos los campamentos de refugiados afganos. Los voluntarios alientan a las familias a vacunar a los niños, organizando desfiles, colocando carteles y distribuyendo volantes, y efectúan la vacunación puerta a puerta para que ningún niño se quede sin protección.

Hay millones de ejemplos de la labor de estos voluntarios que trabajan diariamente para que el mundo sea un lugar más sano y más seguro. Y ahora más que nunca, se necesitan “tropas de infantería” para apoyar los proyectos humanitarios y las iniciativas pro paz del mundo entero.

Las Naciones Unidas declararon a 2001 el Año Internacional del Voluntario. El 5 de diciembre de 2001, los líderes mundiales rindieron homenaje a estas extraordinarias personas por su impresionante esfuerzo. Ese día sirvió también de recordatorio para el resto de nosotros de que la resolución de los problemas mundiales es impostergradable.

El hambre, el analfabetismo, los desastres naturales, la drogadicción y el sida continúan atormentando nuestra existencia. Los malentendidos y la ignorancia entre los seres humanos constituyen una amenaza contra nuestra seguridad y nuestra propia vida. Ha llegado la hora de hacer algo para promover el bienestar de nuestras comunidades.

Con su red de 1.200.000 líderes profesionales y empresariales en 162 países, Rotary canaliza diversas oportunidades y proporciona servicios en el ámbito local. Rotary colabora con organizaciones internacionales como el UNICEF, la Organización Mundial de la Salud y los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades de EE.UU., en la campaña destinada a eliminar la polio del mundo para el año 2005. También trabajamos en áreas de actividad de alcance mundial, como la lucha contra el hambre, la alfabetización, los intercambios culturales y la protección del medio ambiente.

Rotary ofrece soluciones locales a problemas mundiales:

- En Angola, los socios de los clubes rotarios lideraron una campaña para solicitar aviones, helicópteros y otros vehículos privados para transportar la vacuna antipolio a través de los campos minados en las comarcas rurales.
- En Estados Unidos, los socios del Club Rotario de Atlanta, Georgia, EE.UU., instalaron la primera cancha de béisbol para niños con necesidades especiales, de manera que todos puedan realizar su sueño de jugar a la pelota.
- Voluntarios rotarios de Estambul, Turquía, proporcionaron socorro inmediato a las víctimas del terremoto de 1999. Los dirigentes de la comunidad continúan enseñando a los ciudadanos cómo se debe actuar si se produce otro sismo.
- Jóvenes voluntarios de Campinas, São Paulo, Brasil, fundaron un hogar para los niños de la calle que son víctimas de la drogadicción, la prostitución y las enfermedades. Los socios del club rotario imparten enseñanza y ofrecen hogares más seguros a varios cientos de adultos jóvenes para que mejoren sus condiciones de vida.

Prestar servicio voluntario para ayudar a los demás es una de las maneras de mejorar nuestro mundo. Podemos también informarnos sobre otras culturas y experiencias. La comprensión internacional fomenta la solidaridad. Por tal motivo, Rotary también otorga becas de estudio a estudiantes de secundaria y universitarios a fin de ofrecerles la oportunidad de estudiar en el exterior durante un período breve o prolongado.

Debe añadirse, además, que los recientemente instituidos Centros de Rotary para Estudios Internacionales ofrecen oportunidades de cursar estudios avanzados a los Becarios de Rotary pro Paz Mundial, de diversos países y entornos culturales, a efectos de promover el conocimiento y la comprensión mundial entre los posibles futuros líderes de entidades gubernamentales, empresas, instituciones educativas, medios de comunicación y otras áreas profesionales. Nuestros socios creen que a través de los intercambios internacionales podemos ayudar a los futuros líderes a promover la paz y la comprensión cultural entre todas las naciones del mundo.

El Año Internacional del Voluntario concluyó oficialmente, pero los niños del mundo entero necesitan imperiosamente más ayuda. Ha llegado la hora de prestar servicio. Póngase en contacto con el club rotario de su localidad en www.rotary.org, o con otra entidad de servicio voluntario, si desea trabajar en beneficio de la comunidad. Los acontecimientos del 11 de septiembre demuestran que comprendernos y ayudarnos es una meta que no puede esperar más.

— Richard D. King, presidente de Rotary International 2001-2002

MODELO DE CARTA AL DIRECTOR

Miami Herald

10 de noviembre de 2001

Debemos mirar más allá de las diferencias culturales

La causa de la paz y la comprensión mundial es más importante que nunca. Incluso antes de los atentados terroristas del 11 de septiembre, el secretario de Estado Colin Powell declaró la semana del 12 al 16 de noviembre, Semana de la Educación Internacional, dedicada a promover y celebrar las ventajas de la educación internacional y los intercambios en el ámbito mundial.

Como becaria de La Fundación Rotaria en 1975-1976, reafirmé mi consagración a la causa de la paz y la resolución de conflictos. El programa ofrece a los participantes la oportunidad de cursar estudios fuera del propio país y prestar servicio en calidad de embajadores de buena voluntad. Durante mi estadía en el exterior, me enriquecí desde el punto de vista académico y cultural, y pude promover la buena voluntad en el mundo.

Gracias al Club Rotario de Windermere, Florida, me dediqué durante 12 meses a cursar estudios de posgrado en derecho internacional en el *Institut Universitaire des Hautes Études Internationales*.

Podría haber cursado dichos estudios en Estados Unidos. Sin embargo, en Suiza tuve compañeros de clase del mundo entero, incluidos el Medio Oriente, el entonces Vietnam del Norte y la entonces Unión Soviética. Estaba rodeada de personas que representaban una amplia gama de religiones, culturas e idiomas. Por tal motivo fue una experiencia verdaderamente singular.

He utilizado los conocimientos que adquirí como becaria de Rotary en mi trabajo en la Casa Blanca, el Departamento de Estado, los Departamentos de Comercio y Agricultura, el estado de Florida y el sector privado.

Mientras el mundo se esfuerza por combatir el odio y la intolerancia, recuerdo lo que muchos de nosotros aprendimos como estudiantes en el exterior: Las diferencias culturales distinguen a los unos de los otros, pero, en última instancia, las diferencias no son lo que más importa. Podemos trabajar unidos para fomentar el respeto entre las diversas culturas, la paz y la comprensión mundial.

Adis M. Vila
Hollywood

CÓMO REDACTAR UN COMUNICADO DE PRENSA EFICAZ

El comunicado de prensa constituye uno de los componentes más importantes de las relaciones públicas. Tenga presente las siguientes preguntas al escribir un comunicado:

- ¿A quién está dirigido y por qué?
- ¿Por qué se publica este acontecimiento?
- ¿Cuál es el interés de los medios informativos en este comunicado?
- ¿Qué temas interesan a los medios de comunicación?
- ¿Cuáles son las tendencias actuales de las noticias?

El comunicado de prensa cuenta con varios elementos básicos: el título, el primer párrafo, el cuerpo del comunicado y el último párrafo. Analicemos cada elemento:

Título — Debe ser sucinto y resumir el contenido en una frase.

Los jóvenes y las empresas locales socorren a víctimas del terremoto en Turquía

Primer(os) párrafo(s) — ¿Quién? ¿Qué? ¿Dónde? ¿Por qué? ¿Cuándo?

Centenares de jóvenes profesionales, estudiantes y otros jóvenes de Nueva York y Nueva Jersey, colaboran en la labor de socorro a miles de víctimas del devastador terremoto que azotó Turquía.

Cuerpo del comunicado (dos o tres párrafos solamente) — Descripción del suceso o acontecimiento

Las actividades de socorro, organizadas y dirigidas por el **Club Rotaract de las Naciones Unidas** y el **Foro Empresarial Turcoamericano**, tienen como objetivo fomentar las contribuciones financieras a la Cruz Roja estadounidense y recolectar las donaciones de medicamentos y otros artículos que se necesitan imperiosamente y que serán transportados a Turquía por avión, cortesía de las Líneas Aéreas Turcas. El Foro Empresarial Turcoamericano ha instalado un centro de socorro que solicita donaciones de suministros médicos, farmacéuticos y de primeros auxilios en cantidades masivas a corporaciones. La Cruz Roja y la Media Luna Roja facilitarán el transporte de donaciones a los centros de ayuda y hospitales.

Se enviarán otros suministros (artículos de higiene personal y de limpieza, alimentos no perecederos, alimentos para bebés y pañales, ropa y zapatos nuevos y usados, artículos para la casa y ropa blanca) en contenedores por vía marítima, cortesía de Marathon Lines. La Cruz Roja y la Media Luna Roja, con la colaboración de los rotarios y rotaractianos turcos de Estambul, se encargarán de la distribución de estos artículos entre los sobrevivientes del terremoto.

Último párrafo — Patrocinadores y voluntarios: ¿quiénes participan?

Información adicional:

- **El Club Rotaract de las Naciones Unidas.** Para ofrecer ayuda para casos de desastre, llame al (201) 243-0804; información sobre el club: (718) 335-0055, www.rotaract-nyc.org, alisacat@hotmail.com. *Rotaract es una organización internacional sin fines de lucro y apolítica que brinda servicio voluntario y que está integrada por estudiantes y profesionales jóvenes. **El Club Rotario de New York patrocina al Club Rotaract de las Naciones Unidas.** Funcionan 7000 clubes Rotaract en todo el mundo que cuentan con 160.000 socios aproximadamente.

- **El Foro Empresarial Turcoamericano:** Teléfono del centro de emergencia: (800) 922-3221; info@forum.org, www.forum.org. El Foro Empresarial Turcoamericano es una organización sin fines de lucro integrada por profesionales turcos y norteamericanos del área metropolitana de Nueva York, cuya meta es fomentar las relaciones comerciales entre Turquía y EE.UU.

####

Información importante

1. Incluir en un **párrafo o frase, que debería figurar en todo comunicado de prensa**, la definición estandarizada de Rotaract en respuesta a la pregunta “¿Qué es Rotaract?”.

***Rotaract** es una organización internacional sin fines de lucro y apolítica que brinda servicio voluntario y que está integrada por estudiantes y profesionales jóvenes. Funcionan más de 7000 clubes Rotaract en todo el mundo que cuentan con 160.000 socios aproximadamente.
2. Incluir siempre la dirección de la **página en la web** y el **número de teléfono de la persona de enlace en el país**.
3. Cerciorarse de que el **nombre de la persona de enlace y la fecha** figuren en el encabezamiento del comunicado de prensa.
4. Incluir el símbolo **####** al final para indicar a los medios informativos que es el “fin del artículo”.
5. **Fotografías** — Una fotografía vale más que mil palabras. Si cuenta con una que sea interesante envíela con su comunicado de prensa. Por lo general, no deben figurar más de cinco personas en las fotos. Incluya el nombre de cada una y la actividad que las relaciona con el comunicado de prensa. Sea creativo al sacar una foto. Saque fotos que ilustren una actividad y muestren el propósito de Rotaract. Consulte las fotos que se incluyen en este juego de materiales a modo de ejemplo.

GALERÍA DE FOTOS DE ROTARACT



tambor



plantar



rafting



dar



construir



risas



árbol



bailar



llevar

Las fotos están disponibles en el CD-ROM de relaciones públicas de Rotaract y pueden verse también en línea en:

www.rotary.org/programs/rotaract/prtools/gallery.html

DIEZ SUGERENCIAS PARA QUE UNA PÁGINA WEB CUMPLA SU OBJETIVO COMO INSTRUMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS

1. Una página que sea atrayente, interesante y de fácil acceso logra una sonrisa en sus lectores. Para comunicar temas importantes se puede ser serio y a la vez infundir un sentido esencial de buena voluntad. También se debe personalizar e incluir elementos que provoquen una sonrisa.
2. Es necesario que la información importante sea accesible en otros lenguajes además del HTML; Microsoft Word es una buena opción. Los comunicados de prensa y otros documentos que puedan bajarse fácilmente facilitarán la labor de relaciones públicas.
3. Enviar correos electrónicos con textos largos o archivos con gráficas consume demasiados recursos. Es mejor colocarlos en la página web o configurarlos a través del FTP para que puedan descargarse fácilmente.
4. En caso de utilizar videos, éstos deben presentarse en el formato AVI (Audio Video Interleaved o, en español, Señal Conjunta de Audio y Video); de tal manera se asegurará de que los ficheros cumplan con los debidos parámetros de las señales de audio y video.
5. Procurar utilizar un ancho de banda inferior y que la información que deba bajarse sea reducida, a fin de asegurar que el lector obtenga los datos de manera más fácil. Las gráficas deben ser pequeñas y simples.
6. Usar el sitio web para suministrar información y responder preguntas a través del correo electrónico, cuestionarios, encuestas o foros interactivos.
7. Inscribirse, tan pronto pueda, en los diferentes servicios de búsqueda de Internet.
8. El uso de fotografías puede despertar el interés de los lectores en el sitio web. Se recomienda la publicación de fotos de eventos, especialmente cuando se puede disponer de ellas rápidamente.
9. Las encuestas interactivas pueden ser muy eficaces. Los lectores se sienten más satisfechos cuando obtienen información valiosa a la vez que disfrutan momentos amenos. A menudo el interés visual constituye el primer paso para participar, pero es la importancia del material lo que mantiene la atención y el interés en regresar al sitio.
10. Numerosos usuarios desconfían de la interacción a través de la red. Es importante establecer normas de seguridad por adelantado. A los lectores les complace observar cómo su respuesta influye en el resultado final de las encuestas. Si eso no es posible, por lo menos se debe enviar un correo electrónico de agradecimiento a los que respondieron, para confirmarles que se recibió la información.

Rotary pone al alcance información útil en las siguientes secciones de su sitio web

No hay nada como “estar en casa” y la casa en línea de Rotaract está en la siguiente dirección www.rotaract.org. La página inicial o “casa” de Rotary International es www.rotary.org, el lugar al que acudir para buscar enlaces, ficheros para bajar o noticias que desee incluir en su propio sitio web.

- *Guide to Getting Your Rotary Club Up and Running on the 'Net* [Guía para lograr que el club rotario navegue en la Net] (www.district5110.org/area8/guide.htm) le dará información muy importante para crear y mantener una página web.

- *Media Center* [Centro para los medios de difusión] (www.rotary.org/newsandinfo/presscenter/index.html) constituye un excelente ejemplo para los clubes que deseen utilizar la web para compartir información y mejorar las relaciones públicas. Esta página le permite el acceso a importantes datos, como las biografías de los presidentes de Rotary, comunicados de prensa, noticias por regiones y la descripción de la misión de Rotary.
- *Effective Public Relations for Clubs and Districts* [Relaciones públicas con eficacia para los clubes y distritos] (www.rotary.org/membership/prtools/index.html) proporciona importantes herramientas de relaciones públicas para promover las actividades del club o distrito.
- *PR Toolbox* [Juego de materiales de relaciones públicas] (www.rotary.org/membership/prtools/toolbox/resource.html) facilita la obtención de materiales electrónicos que contienen archivos, gráficas e información que pueden ser útiles en su página web.
- *Where Clubs Meet* [Dónde se reúnen los clubes] (www.rotary.org/applications/clubsmeet/spanish/index.html) es la lista de las reuniones de los clubs rotarios a nivel mundial. En caso de que su club no figure en la lista, comuníquese con la Sede Mundial para que incluyan su reunión en esta página. El funcionario encargado del cuadro social de su club puede establecer una página web con la información sobre las reuniones que se realizarán y cómo ingresar al club.
- Diversas versiones del emblema oficial de Rotary se pueden encontrar en: www.rotary.org/newsandinfo/downloadcenter/graphics/emblem/index.html

Normativa de Rotary para las páginas web

Antes de establecer el sitio web del club o distrito, es importante leer la normativa de Rotary sobre comunicaciones electrónicas. Las directrices se pueden consultar en la página web de Rotary: www.rotary.org/membership/prtools/guidelns.html.

El *Manual de identidad visual de Rotary* contiene referencias sobre el uso de los emblemas y otras normas de Rotary: www.rotary.org/newsandinfo/downloadcenter/pdfs/547en99.pdf.