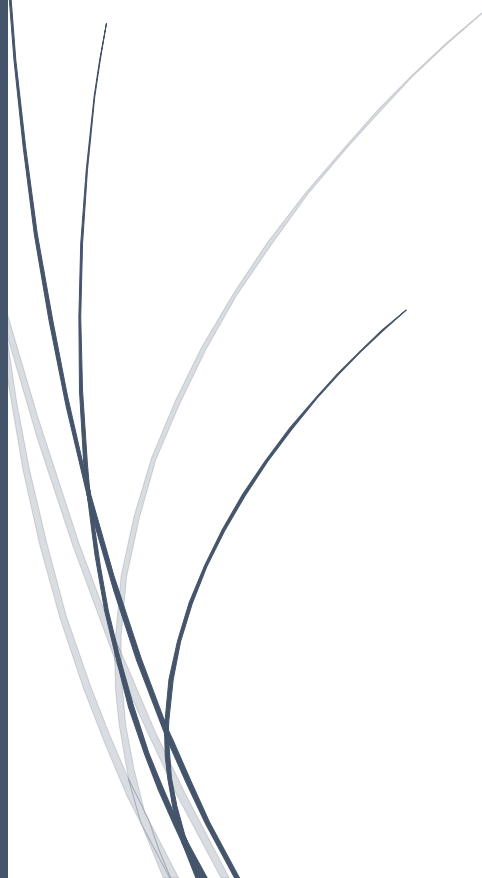




GUIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Agradecimiento

Agradecemos a PHAssociation el habernos proporcionado la oportunidad de adaptar su guía de Medios con el único objetivo de apoyar a la comunidad latina en el proceso de divulgación y concientización de la Hipertensión Pulmonar.

Un especial agradecimiento a Evelyn Crespo por la traducción al español.

La adaptación para la comunidad latina estuvo a cargo de Migdalia Denis y Nadjha Acosta.

Esperamos que esta guía sea de utilidad para todos.

INTRODUCCIÓN

Existen miles de historias personales que integran la Comunidad de Hipertensión Pulmonar. Cada historia es única y **tu** historia es una herramienta poderosa en la lucha contra la Hipertensión Pulmonar. Cuando tú compartes tu historia a través de los medios de comunicación, como la radio, TV, prensa y medios cibernéticos, **ayudas a salvar vidas** alertando sobre los síntomas de HP, informando a tu colectividad acerca de importantes recursos que están disponibles para los pacientes y consiguiendo nuevos aliados. Al mismo tiempo, trabajamos por encontrar una cura a través del apoyo, la educación e investigación científica sobre la HP. ***Tú eres la voz de la comunidad de HP.***



Si cada uno de nosotros logramos contacto con los medios que manejan la opinión pública en nuestra área y nos preparamos para compartirles información importante sobre la HP, podemos aumentar el concientización sobre nuestra condición en cada comunidad. **Los pacientes tenemos que ser conscientes de que tenemos el poder en nuestras manos.**

Tú tienes el poder de establecer la diferencia. Puedes unirte a diferentes campañas de concientización por ejemplo la Campaña Sin Aliento la cual fue lanzada a nivel regional, durante del Día Mundial de Hipertensión Pulmonar el 5 de Mayo de 2013, en un evento organizado por la Sociedad Latina de Hipertensión Pulmonar en Sao Pablo Brasil. Desde entonces hemos logrado una gran cobertura en los medios de comunicación en diferentes países de Latinoamérica. Estos artículos de prensa han alcanzado a miles de personas en todo el continente. Además, hemos aprovechado eventos científicos, deportivos, charlas de concientización para generar conciencia sobre la HP.

Tú puedes unirte a esta campaña u otras que se hayan creado con el mismo fin, también puedes apoyarte en el 5 de Mayo Día Mundial de la HP, el mes de Noviembre el cual es el mes de la concientización de la HP y el día 28 de Noviembre Día Latino de la HP.

Te invitamos a ser parte del cambio y tomar acciones que establezcan la diferencia.



Tabla de Contenido

1. Cómo Puedes Crear Conciencia Sobre la HP -----	4
2. Pasos Básicos-----	5
3. Compartiendo tu Historia Personal -----	6
4. Medios en los Eventos Enfocados en HP -----	7
5. Cartas al Editor y a la Página de Opinión-----	8
6. Anuncios de Servicio Público -----	9
7. Estableciendo Conexiones-----	10
8. Trabajando con los Reporteros-----	11
9. Consejos para una Entrevista Exitosa-----	12
10. Cómo Comportarse en una Entrevista con los Medios de Comunicación-----	14
11. Ejemplo de Comunicado de Prensa-----	15
12. Ejemplo de Comunicado a los Medios-----	16
13. Ejemplo de Redacción para Anuncio de Servicio Público -----	17

1. Cómo Puedes Crear Conciencia Sobre la HP

La mejor forma para generar conciencia sobre la HP es a través de los Medios de

Comunicación. Los medios son la clave para proveer información a una amplia audiencia. Los medios de comunicación incluyen: estaciones de televisión, prensa escrita (periódicos), estaciones de radio, revistas, circulares, boletines de la comunidad y la Internet, que puede incluir los medios de comunicación sociales los cuales son plataformas de comunicación en línea donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías de la Web 2.0, que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información.



La Campaña Sin Aliento ha sido creada para ayudarte en cualquier forma que elijas para compartir información con tu comunidad a través de los medios:

- **Comparte tu historia personal/ofrece una entrevista:** Los medios de comunicación locales buscan historias impresionantes de personas que viven en su comunidad. Considera ofrecer una entrevista para compartir tu historia desde el diagnóstico y como la HP ha afectado tu vida.
- **Invita a los medios a cubrir tu actividad:** Si estás buscando promocionar tu próxima reunión del grupo de apoyo, un evento de recaudación de fondos o una actividad relacionada con la HP, los medios de comunicación son una excelente manera de atraer participantes. Un evento relacionado con la HP es también una oportunidad para invitar a los reporteros locales para dar a conocer a la comunidad sobre la HP y contar tu historia. (Ver pág. 7)

- **Escribe una carta al editor o a la página de opinión** ¿Hay algún asunto relacionado con la HP que sea necesario que la comunidad deba saber? Escribe una carta al editor o a la página de opinión en el periódico de tu localidad para educar a tu colectividad y dejarles saber cuál es tu postura. Ejemplo: Campaña Sin Aliento, Día Mundial de la HP, mes de la concientización de la HP, Día Latino de la HP. (Ver pág. 8)



- **Anuncio de servicio público (ASP):** Puedes compartir información básica acerca de la HP con un gran número de personas en tu área trabajando con tu estación de radio local para que transmitan los ASP. (Ver pág. 9)
- **Invita a tu médico o enfermera:** Trabajando en equipo con los profesionales médicos, aumentarás las oportunidades de recibir cobertura además de añadir más importancia a los esfuerzos de crear conciencia sobre la enfermedad. Pregúntale a tu médico o enfermera si desean participar en la entrevista, o simplemente pregúntale si los reporteros pueden comunicarse con ellos para solicitarles información o programar una cita.

2. Pasos Básicos

De cualquier manera que decidas compartir información a través de los medios, existen ciertos pasos básicos que debes seguir cuando establezcas contacto e interactúes con los medios de comunicación.

1. Crea una lista de contactos de medios

Una Lista de Medios es una lista de los medios de comunicación y su información de contacto. Esto te ayudará a conocer con quién debes hacer contacto y cómo hacerlo.

- Usa tu guía telefónica local para buscar los medios y obtener su información de contacto.
- Visita las páginas de internet de tu periódico local y las estaciones de televisión y busca la información de contacto de los reporteros específicos que cubren las noticias de salud y asuntos comunitarios.
- Busca en Internet los periódicos digitales y también las revistas que se dediquen a temas de salud.



2. Prepara tu historia

Piensa lo que deseas hacer: llamar a los reporteros para ofrecer una entrevista, escribir una carta de opinión, un editorial, un comunicado de prensa para un evento, o trabajar en un anuncio de servicio público, considera en cómo convencer a los medios de que tu historia es suficientemente interesante para cubrirla. Con mucho gusto trabajaremos contigo para preparar tu historia. Recuerda: *"TÚ ERES EL PROTAGONISTA TÚ ERES UN HÉROE Y TU HISTORIA MERECE SER CONOCIDA"*



3. Envía tu historia

Usa tu lista de medios para llamar, escribir o visitar tus medios de comunicación para compartir tu historia.

4. Hazle seguimiento a los medios de comunicación

Los reporteros pueden estar atareados. Por lo tanto, quizás no recibas una contestación inmediata a tu solicitud. Es por esto que es importante enviar un correo electrónico, carta o llamada telefónica para recordarles que estás disponible. Siendo prudentes y respetuosos con su tiempo.

5. Infórmele a la SLHP o a la organización local

Déjanos saber lo que has hecho y cómo podemos mejorar los esfuerzos a través de nuestras campañas de Concientización.

¡Permite que la SLHP te ayude a crear conciencia sobre la HP! Llámanos o escríbenos al
954-5940674 o info@sociedadlatinahp.org

3. Compartiendo tu Historia Personal

¿Por qué contar tu historia?

Hay muchas razones por las cuales el contar tu historia sobre HP puede contribuir a la comunidad. Tu historia ayudará a crear conciencia sobre la HP y también **ayudará a explicar a tu comunidad cómo la HP afecta tu vida**. Para aquellos que se han cansado de explicar a sus vecinos por qué no *parece* que están enfermos o por qué tienen un permiso para estacionamiento en área de impedidos, el obtener cobertura de los medios locales es una manera formidable de hacer llegar la información a las masas.

Cómo Hacerlo:

- Puedes enviar tu historia a **programas de noticias de la TV, a estaciones de radio, periódicos impresos y de internet, revistas locales, blogs comunitarios y a través de los medios sociales**.
- Comienza utilizando tu **Lista de Medios** para identificar un reportero en cada uno de éstos que pueda estar interesado en tu historia. Si conoces reporteros que frecuentemente cubren las noticias de salud o asuntos de la comunidad, éstos son excelentes para comenzar.
- **Haz contacto con cada reportero.** Hay muchas formas de hacerlo, incluyendo: llamadas telefónicas, correos electrónicos, por carta, por fax o en persona si la ubicación de ellos es accesible. ¡Haz contacto con la SLHP o tu organización local si necesitas apoyo para prepararte!
- **Envía un paquete de prensa a cada reportero con quien hagas contacto.** Déjale saber a cada reportero que la SLHP o tu organización local puede ayudarlo facilitándole información útil sobre HP. El paquete debe incluir una hoja de datos sobre la HP, una hoja de preguntas frecuentes, tus datos de contacto y biográficos.
- **Haz seguimiento con cada reportero.** Si eres invitado a hacer una entrevista, después de ésta agrádecele la oportunidad que te ofreció. Si no obtienes cobertura inmediatamente... ¡no te des por vencido! Comunícate con tu reportero y déjale saber que estas disponible para reportajes futuros. La próxima vez que él necesite una historia, sabrá que eres un recurso disponible sobre HP.



4. Medios en los Eventos Enfocados en HP

¿Qué tipo de eventos enfocados en HP se benefician de la cobertura de los Medios?

- Reuniones del Grupo de Apoyo
- Eventos especiales/campañas de recaudación de fondos
- Eventos de Alerta
- *¡Tu evento!*
- Día Mundial de la HP 5 de Mayo
- Día Latino de la HP 28 de Noviembre.
- Mes de Noviembre concientización sobre la HP

¿Por qué es importante que los Medios cubran tu evento?

- Potencial de aumentar la participación
- Generar mayor conocimiento sobre la HP
- Crear apoyo para tu próximo evento
- Crear relación con los medios de tu comunidad



Cómo hacerlo:

Hay varias formas de promocionar tu evento y atraer nuevos participantes a través de los Medios. A continuación algunas directrices básicas que te llevarán en la dirección correcta:

- Crea una **Lista** de tus Medios locales.
- Haz contacto con los periódicos y las páginas electrónicas para publicar tu evento en el calendario de la comunidad o en un artículo similar, unas semanas antes de tu evento. Puedes hacer esto en muchas ocasiones, pero quizás tengas que hablar con un reportero para lograrlo.
- Si conoces a alguien en la estación de televisión o periódico local, llámalos directamente para invitar a un reportero a tu evento en la misma forma que haces cuando compartes con un periodista tu historia personal.
- **Envía un Comunicado de Prensa** a los periódicos dos o tres semanas antes de tu evento y envía un **Alerta de Medios** dos o tres semanas antes de tu evento.
- **Escribe una Carta al Editor o a la Página de Opinión** a tu periódico local.
- **Envía un Anuncio de Servicio Público (ASP)** a tus estaciones locales de radio.

5. Cartas al Editor y a la Página de Opinión

Si es algo que se acostumbre en tu país, puedes escribir una carta al Editor o a la Página de Opinión de tu diario local. Muchos periódicos locales están necesitados de recibir Cartas al Editor y a la Página de Opinión, entonces... ¿Por qué no permitir que tu voz se escuche?

Recuerda: ***“TÚ ERES EL PROTAGONISTA TÚ ERES UN HÉROE Y TU HISTORIA MERECE SER CONOCIDA”***

Cartas al Editor:

Una Carta al Editor es una pieza escrita corta (aproximadamente 100-250 palabras) enfocada en un tema específico con que hayas tenido experiencia.

Cartas a la Página de Opinión

Una Carta a la Página de Opinión es más larga y explicativa que la Carta al Editor (600-750 palabras). Son comúnmente un formato de un argumento o contra una idea.

Como se hace en otras formas de búsqueda de Medios, es importante que hagas **tu tarea**. Investiga los periódicos a quienes desees escribir e identifica a quién debes enviar tu material escrito. También asegúrate de aclarar en qué formato ellos prefieren le envíes el escrito -¿cartas, correos electrónicos? Asegúrate que cumplas con las preferencias del periódico para que aumente la posibilidad de que sea publicado.

Temas a considerar al escribir:

Te recomendamos visitar la página sociedadlatinahp.org para estar bien informado sobre síntomas y conceptos básicos de la HP.

- La importancia de la concientización sobre HP.
- Los síntomas de la HP.
- Tú historia personal en la comunidad de HP.
- Tu próximo evento—invita a los lectores.
- Responde a una historia relacionada a la HP publicada en los Medios.
- Escribe sobre la campaña Sin Aliento y su importancia, el día Mundial, el Día latino, el mes de la concientización.
- Otros temas importantes relacionados a HP, incluyendo asuntos legislativos sobre leyes que estén en proceso de aprobación en tu país. Ejem.: Leyes de enfermedades raras o huérfanas.



6. Anuncios de Servicio Público (ASP)

Los Anuncios de Servicio Público son mensajes cortos de radio usualmente de 15 a 60 segundos de duración—que las estaciones de radio pautan gratuitamente como un servicio a sus comunidades.

Los ASP pueden ser usados para alertar sobre los síntomas de la HP, dirigir a los oyentes a la página electrónica de la SLHP o tu organización local y la Línea de Ayuda (si existe), hacer promoción de un futuro evento o de las reuniones del Grupo de Apoyo o de alguna fecha especial *como por ejemplo:* el día Mundial, el Día latino, el mes de la concientización y la Campaña Sin Aliento.

Muchas estaciones de radio tienen diferentes directrices para los ASPs, por lo que es importante que investigues con tu estación local como debes solicitar tu ASP.



Algunos puntos a tener en mente:

- Algunas estaciones llevan al aire ASPs y otras no. Haz contacto antes con cada estación de radio en tu lista de medios para saber si puedes enviarles un ASP.
- Si ellos aceptan ASP, pregúntales como prefieren recibirlos—un texto escrito en un formato grabado (en un disco) o como un anexo en un correo electrónico. Siéntete libre de usar los ASP pre-grabados si la estación de radio los acepta, o trabaja con tu estación de radio para crear tu propio ASP.
- Cuando mandes tu ASP puedes enviarlo con una carta que explique el *por qué* es importante la concientización de HP para ti. Puedes contar tu propia historia personal con HP o la de un ser querido.

7. Estableciendo Conexiones

Conectando tu historia a las noticias locales o nacionales (este "tu" no lleva acento aunque Word da error)

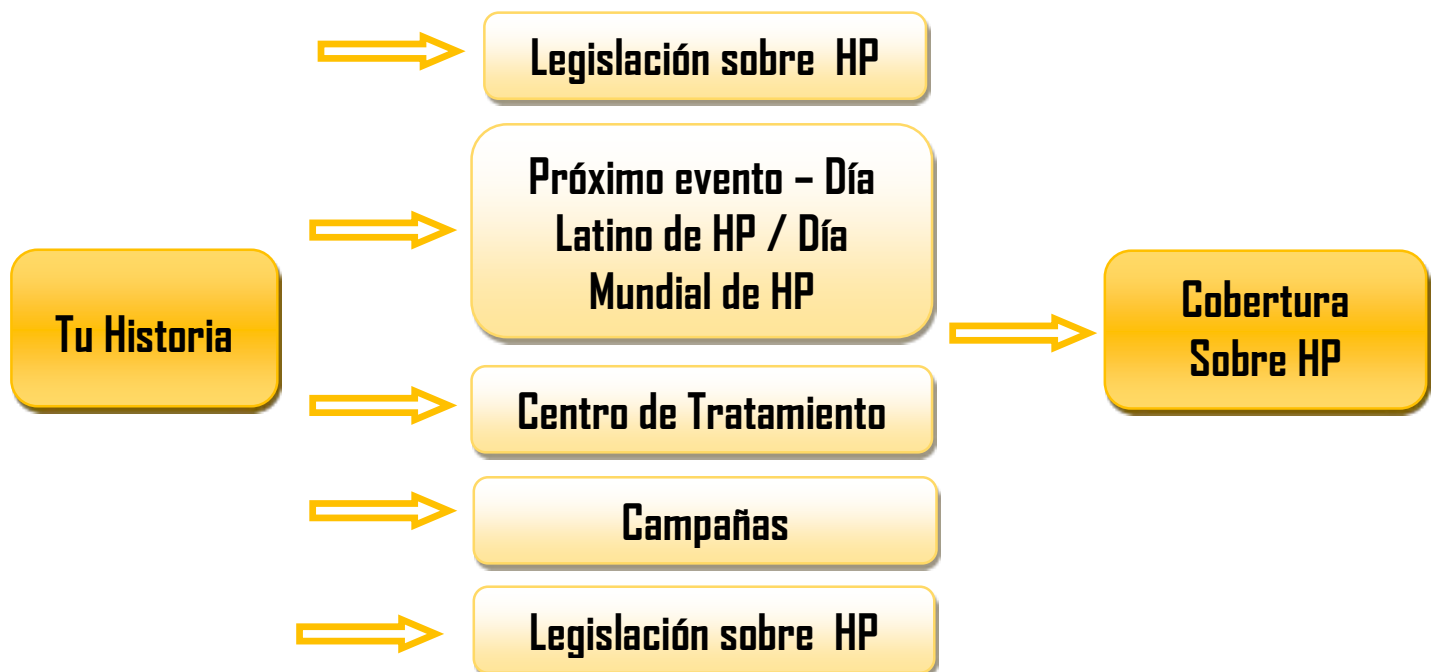
Cuando un asunto particular que afecta la comunidad de HP es traído a la luz pública de los Medios nacionales o locales, es una gran oportunidad para informar a la gente acerca de la conexión entre este asunto y la vida con HP.

Considera escribir una Carta al Editor o a la Página de Opinión, o lanzar tu historia personal en el contexto de estos asuntos.



Puedes incluir los siguientes asuntos particulares:

- Asuntos relacionados con los seguros médicos, incluyendo el costo
- Oxígeno en las líneas aéreas y otros asuntos relacionados con viajes
- Campaña Sin Aliento
- Los centros de tratamientos de HP u otras facilidades médicas en su área
- Tu próximo evento de recaudación o tu reunión del Grupo de Apoyo
- Eventos auspiciados por la SLHP al cual vas a asistir como por ejemplo: Día Mundial 5 de Mayo, Mes de concientización -Noviembre de cada año-, Día Latino de la HP.



8. Trabajando con los Reporteros

Los reporteros trabajan a un ritmo rápido y en situaciones de alto estrés. No todos los reporteros estarán disponibles para cubrir tu historia y algunos no tendrán mucho tiempo para escuchar tu historia personal, **pero puedes causar una impresión perdurable dejándoles un Paquete de Prensa y dándoles a conocer a los reporteros que tú estás disponible para dar entrevistas si deciden cubrir una historia de HP.**

Consejitos de Diane Cowen, Editora de la Sección de Salud del Houston Chronicle:

Acepta (algún) rechazo y sé persistente: No lo tomes personal si el reportero o los editores dicen "Gracias, pero no gracias". Esto no quiere decir que tu historia nunca va a ser publicada. Solo significa que el momento no es favorable. Lo que un editor va a asignar a un reportero depende de los asuntos de temporada, que hay en las noticias y cuales tendencias están capturando la imaginación. Si es rechazado, llama al editor o el reportero nuevamente en seis meses.



Provea contexto: Este es probablemente el obstáculo mayor para una enfermedad menos conocida como HP. El Cáncer y las enfermedades del corazón, por ejemplo, reciben mucha atención, pero no dejes que esto se interponga en tus planes. No solo coloca tu tópico afuera, vende tu historia haciéndolo relevante a lo que está ocurriendo en el mundo del cuidado de la salud. Provee contexto entre los más grandes tópicos, quizá puedas poner los pies adentro.

Sé un consumidor de Noticias: Si no sabes a quien llamar en un periódico o estación de televisión, llama a la persona que está en el aire o a la persona que escribe y a quien admiras por su trabajo. Es increíblemente halagador para un reportero recibir una llamada de alguien que le dice "Realmente me gusta el trabajo que realiza y me sentiría muy honrado si pudiera usted publicar mi noticia también".

Piensa en los Ángulos: No solamente realiza una llamada al azar a un editor porque tienes un número de teléfono. Mira un periódico y piensa cómo tu historia encaja dentro de lo que ellos están haciendo ya. ¿Eres una personalidad local a ser destacado en una sección de las noticias de tu vecindario? ¿Eres parte de una historia desplegada de investigación científica? ¿Eres parte de personal de salud? ¿Eres una persona de la tercera edad? Muchos periódicos tienen nichos dedicados a estos reportajes específicos, o secciones. Observa el periódico y después de un tiempo, podrás entender dónde puede ser publicada tu historia.

Sé tú misma/o: Mantente relajado, provee contestaciones honestas y ayuda a llenar los blancos si tú crees que el reportero no te ha hecho suficientes preguntas. No hay nada malo con decir "Tengo más información si desea verla o escucharla". La mayoría de los reporteros apreciarán que lo ayudes a realizar su tarea.

Ten presente:

- El tema principal. No te extrañe que los periodistas traten de alejarte del tema principal.
- El largo de tus respuestas, pues es mejor si puedes dar respuestas breves.
- A qué tipo de personas te estarás dirigiendo.
- Con qué frecuencia reiterarás tus "puntos fundamentales".
- Prepararte y practicar antes de tu entrevista o contacto con un periodista

9. Consejos para una entrevista exitosa

Las cinco Ces de una buena entrevista:

CLARA

CONCISA

COLOQUIAL

COMPLACIENTE

COHERENTE

- 1.- Exprésate con claridad
- 2.- Habla en forma concisa
- 3.- Emplea un tono coloquial (Habla como si te dirigieras a conocidos tuyos)
- 4.- Deja complacido al periodista (Dale la información que requiere, sin olvidarte por ello de tus "puntos fundamentales")
- 5.- Sé coherente (No cambies de opinión en medio de la entrevista).

Conoce el tema sobre lo que vas a hablar:

- **¿Qué es la Hipertensión Pulmonar (HP)?** En las personas que padecen HP, las arterias que llevan la sangre desde el corazón hacia los pulmones se estrechan por razones que aún no se entienden completamente. El corazón bombea la sangre con dificultad a través de las arterias estrechadas, provocando la elevación de la presión sanguínea en los pulmones y la dilatación del corazón. Con el tiempo, el corazón sobrecargado se desgasta y puede producirse una insuficiencia cardíaca e incluso la muerte. La HP no discrimina. Aunque es más común en adultos jóvenes y en mujeres, afecta independientemente de la edad, el sexo, la raza y la etnia. A veces la HP es hereditaria.

La Hipertensión Pulmonar (HP) es:

- **Incomprensida** – La severidad de la HP no es reconocida por las compañías de seguros médicos, empleadores u otros que asocian o confunden la HP con la alta presión sanguínea sistémica común en lugar de una enfermedad diferente y grave que requiere de cuidados especiales.
- **Mal diagnosticada o diagnosticada por debajo de su severidad** – La HP a menudo es mal diagnosticada como asma, enfermedad congestiva del corazón o bronquitis crónica. Los pacientes de HP visitan un promedio de tres médicos antes de ser diagnosticados adecuadamente.
- **Costosa** – El tratamiento para la HP es muy costoso. Muchos tratamientos cuestan más de \$100,000 al año y lo que es más grave en América Latina muchos países no cuentan con estos tratamientos.
- **Altera la vida** – La HP afecta a la gente en la flor de sus vidas. El perfil típico del paciente de HP es una mujer en edad productiva, aunque la enfermedad afecta personas de cualquier sexo o edad.
- **Crónica** – No existe cura conocida para la HP, pero nueva investigación y tratamientos han aumentado la longevidad y la esperanza. Existen alrededor de 25 millones de personas con HP en el mundo.

10. Cómo comportarse en una entrevista con los medios de comunicación

Comparte las formas en que la HP ha afectado tu vida:

Si te sientes cómodo en discutir tus experiencias durante el proceso de diagnóstico, el impacto financiero de la HP, tu pronóstico en las formas en que la HP ha afectado tu vida diaria... ¡comparte esta información! Esto ayudará a los reporteros y a la audiencia a entender lo que significa vivir con HP.

Presentación:

- Relájate
- Habla a un ritmo normal y evita inquietarte.
- Lo más importante es ser uno mismo.
- Comportate de manera natural.
- Nunca leas tus comentarios, ni siquiera cuando hables por radio y creas que nadie te puede ver.
- Di las cosas de distintas maneras, pero asegúrate de que suenen natural.
- Según las circunstancias, muéstrate entusiasta y feliz.
- NUNCA pierdas la calma ni te enojas con la persona que te está entrevistando.
- No estudies de memoria lo que vas a decir, porque darás la impresión de que has estado practicando lo que tratas de expresar.



En la televisión, las apariencias son importantes:

- Evita el uso de prendas de vestir de colores y estilos chillones, las joyas de gran tamaño y los peinados inusuales.
- Dentro de lo posible, mira a la persona que te esté formulando las preguntas.
- Asegúrate de que tu vestimenta parezca pulcra, ya que una buena presentación personal demuestra que se tiene confianza en sí mismo.

Vístete para ser exitoso/a

Los colores sólidos son más favorables frente a las cámaras que los estampados. Evite la ropa blanca o la joyería reluciente que pueda reflejar luz hacia la cámara



Prepárate:

- Infórmate acerca de lo que espera y desea obtener la persona que realizará la entrevista.
- Concéntrate en tus "puntos fundamentales" y no te apartes de ellos. No comiences hablando de algo distinto.
- Atente a ciertos principios básicos sobre lo que debes y lo que no debes hacer en una entrevista periodística.

Cómo alistarse:

Dedica suficiente tiempo a los preparativos para la entrevista, porque se trata de tiempo bien invertido.

- Prepárate por anticipado.
- Pide información sobre el tipo de entrevista que te harán, y sobre su duración.
- Ten cuidado con lo que digas "antes" de la entrevista.
- No le solicites al entrevistador las preguntas por anticipado ni trates de limitar los temas sobre los que se te podrán hacer preguntas.
- Pregunta, sin embargo, cuáles serán los temas generales que se tratarán en la entrevista y el marco en que se encuadrarán.
- Asegúrate de que se respeten las fechas u horas de cierre de los periodistas.
- Es importante establecer buenas relaciones con los medios de comunicación. Agradece la oportunidad al periodista.



En cualquier entrevista ya sea impresa, de radio o TV, en vivo o grabada, es importante que recuerdes tus "puntos fundamentales". Esto es lo más adecuado para una buena interacción con los medios de comunicación y, además, puede traducirse en favor tuyo.

Tu mensaje:

- Ten muy claro qué es lo que quieres decir. En cualquier entrevista ya sea impresa o en antena, en vivo o grabada, es importante que recuerdes tus "puntos fundamentales". Esto es lo que quieren los medios de comunicación y, además, obra en favor tuyo.
- Prepara tres "puntos fundamentales". Se trata de las cuestiones que desees comunicar claramente a la persona que realiza la entrevista. Si tratas de comunicar demasiados mensajes, el resultado final puede ser confuso.
- Piensa siempre en la persona o las personas a las que te estás dirigiendo.
- No estudies de memoria lo que te propones decir. Las repeticiones de memoria no suenan naturales.
- Cuando te prepares para la entrevista, emplea palabras y frases claves y atractivas.



Unas "frases atractivas" es una declaración específica que llegue al corazón del asunto. Los reporteros a menudo las utilizan como citas en sus historias. Puedes crear frases atractivas con solo unas pocas palabras, como:

- **"Es un tipo de alta presión que muy pocos conocen."**
- **"Mi doctor dijo que era asma, pero no me sentí mejor con el tratamiento que me colocó."**
- **"Tengo que usar una bomba que está conectada a mi corazón todo el día y la noche."**
- **"Nadie nota que tan enferma realmente estoy."**
- **"Luego de haber llevado una vida activa, un estilo de vida vibrante, de pronto me encontré inmobilizada y vulnerable!"**

- Trata de dar respuesta a todas las preguntas que te formulen.
- Emplea las técnicas para no apartarte del mensaje que quieres comunicar ("frase de enlace" - VER ANEXO A).

Las reglas no escritas:

- Considera que toda conversación con un periodista es una entrevista.
- Una vez que hayas dado determinada información, no esperes poder retirar lo dicho.
- Piensa siempre que los periodistas pueden difundir todo lo que digas.
- Cuando se trate de una entrevista de radio o televisión, ten presente que en todo momento los micrófonos o las cámaras están funcionando.



Diversos tipos de entrevistas:

- **Telefónicas:** Los cronistas de medios impresos y de radio suelen realizar sus entrevistas por teléfono.
- **Personales:** Las entrevistas cara a cara pueden ser espontáneas o programadas con anticipación. Si estás ofreciendo una entrevista televisada mira al reportero, no a la cámara.
- **Las conferencias de prensa:** Entrevistas con un grupo de periodistas, programadas por anticipado, que por lo general se desarrollan de manera ordenada.
- **La batería:** Varios periodistas rodean e interrogan a la persona entrevistada.
- **Entrevistas en grupos:** Entrevistas de radio o televisión en las que dos o más personas son entrevistadas por dos o más periodistas o locutores. Es una variante de la entrevista telefónica < YO QUITARÍA ESTO.
- **Entrevistas vía satélite:** El entrevistado y el entrevistador no están físicamente juntos, y escuchan las preguntas y respuestas, respectivamente, con la ayuda de auriculares.
- **Entrevistas "por asalto":** Los entrevistadores confrontan en forma sorpresiva a las personas que quieren entrevistar, por lo general después de haber solicitado una entrevista normal en repetidas ocasiones y sin éxito.

Reglas importantes:

- Evita el uso de términos o palabras que llamen a confusión. Cuidate del uso de abreviaturas y siglas.
- Por ejemplo: **PNUD** por Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, **OMS** por Organización Mundial de la Salud
- Traduce la información cuando sea necesario. Trata de ayudar a que la gente entienda los conceptos difíciles.
- No repitas los conceptos negativos cuando respondas una pregunta delicada. La repetición de las palabras usadas por la persona que hace la entrevista puede resultar perjudicial.



11. Ejemplo de tu Comunicado de Prensa

Tu Comunicado de Prensa es una herramienta que ofrece información a los Medios, varias semanas antes de tu evento. Recuerda que los reporteros están buscando conexiones entre las noticias y la comunidad, por lo tanto **considera destacar algún paciente local para enfatizar la importancia de alertar y recaudar fondos para luchar contra la HP.** Para más ayuda, al escribir tu Comunicado de Prensa, haz contacto con la SLHP o con tu organización local. ***¡Nos sentiremos felices de ayudarte!***

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

Contacto: Coloca aquí tu nombre.
Teléfono: Coloca aquí tu número de teléfono.
Fax: Coloca aquí tu número de fax.
Correo electrónico: Coloca aquí tu dirección@electrónica
Página cibernética: Incluye la página cibernética de la www.sociedadlatinahp.org o tu organización local

[Tu ciudad o área] realiza una recolecta de fondos para beneficiar a aquellos afectados por una enfermedad rara

Ciudad, estado —Mes, año— [DESCRIBE LO BÁSICO DE TU EVENTO EN ESTE PÁRRAFO]
(el nombre de tu grupo) invita a [nombre del evento] para beneficiar a la SOCIEDAD LATINA DE HIPERTENSIÓN PULMONAR Y/O TU ORGANIZACIÓN LOCAL en su misión para para proveer recursos valiosos a la comunidad afectada por esta rara y mal diagnosticada enfermedad (MENCIONA EN ESTE PÁRRAFO QUE LA HP AFECTA PERSONAS ESPECÍFICAS EN ESTA CIUDAD)

[PRÓXIMO, DESCRIBE LOS DATOS ESPECÍFICOS DE TU EVENTO]

- Tiempo para aspectos específicos del evento (discursos, premios, comidas, etc...)
- Celebrities locales e invitados especiales que participarán
- ¿Cuántas personas participarán?
- Si has tenido este evento antes. ¿Cuáles fueron los resultados y cuántos participantes tú atrajiste?

[DESCRIBE HP] Hipertensión Pulmonar es un nombre simple para un problema complejo de salud —es alta presión sanguínea en la arteria pulmonar que ocasiona un corazón agrandado, el cual puede perder su habilidad para bombear. No existe cura. En 1985 los pacientes tenían un 50% de probabilidad de sobrevivir 2.8 años luego de ser diagnosticados, pero gracias a nuevos tratamientos, el pronóstico ha mejorado. La meta de la SLHP es proveer esperanza a la comunidad de hipertensión pulmonar a través de apoyo, educación, alerta y defensa. La “comunidad de HP” ayuda a cumplir esta misión, ayudando a crear conciencia y recursos para apoyar a los pacientes y encontrar una cura.

[CONCLUYE REVISANDO LOS DETALLES BÁSICOS DEL EVENTO]

- Nombre del evento, lugar, día y hora
- Precio de los boletos, hoteles, etc...
- Información de contacto

12. Ejemplo de Comunicado a los Medios

El comunicado a los Medios es diferente del Comunicado de Prensa en algunos aspectos. Los Comunicados a los Medios deben ser enviados a los noticieros como una semana antes de tu evento. Estos contienen solo la información básica: ¿qué, por qué, cuándo y dónde? Es útil pensar en el Comunicado a los Medios como una invitación a los medios para asistir a tu evento, mientras que el Comunicado de Prensa es más para ofrecer una idea de la historia. Envía tu Comunicado de Prensa a los noticieros varias semanas antes de tu evento y luego realiza un seguimiento con un Comunicado a los Medios.

Tu nombre
Núm. De Teléfono
Tu calle y número
Tu Pueblo, Estado CP
Dirección electrónica

COMUNICADO A LOS MEDIOS
Para [día y evento]

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

CONTACTO:

Tu nombre, dirección electrónica, teléfono

CUÁNDO:

Día de la semana, mes, fecha, año

(Incluye la información relevante al registro del evento y horas importantes de componentes particulares de tu evento si fuera necesario)

DÓNDE:

[Inserta aquí las direcciones del local, áreas de estacionamiento, etc.]

QUÉ:

[Inserta el nombre de tu evento aquí]

POR QUÉ:

La Hipertensión Pulmonar (HP) es una enfermedad debilitante que amenaza nuestras vidas. Muy a menudo, la HP es erróneamente diagnosticada, causando que muchas personas pierdan un tiempo valioso de tratamiento que los lleva a un pronóstico pobre. Puede afectar a niños pequeños y a personas mayores, pero a menudo afecta a mujeres jóvenes en la flor de sus vidas. Actualmente no existe cura para la HP, pero muchos avances de investigación recientes ofrecen esperanza. La HP es una enfermedad rara que actualmente impacta a aproximadamente 25.000.000 de personas en el mundo.

[Inserta el nombre de tu evento] ayudará a la SLHP en sus esfuerzos para proveer apoyo al paciente, expandir la investigación médica y a diseminar la última información a la comunidad de HP. Puede visitar la página cibernética de la SLHP en www.sociedadlatinahp.org para conocer más sobre el trabajo de la SLHP.

[CONCLUYE REVISANDO LOS DETALLES BÁSICOS DEL EVENTO]

- Nombre del evento, lugar, día y hora
- Precio de los boletos, hoteles, etc...
- Información de contacto

13. Ejemplo de Redacción para Anuncio de Servicio Público

¡ESPERANZA! (30 segundos)

La palabra esperanza, nos llama a la acción. La hipertensión pulmonar es una enfermedad que afecta hasta un 40% de pacientes con Esclerodermia, 32% de personas con anemia falciforme, 1 de cada 200 pacientes con HVI. También ataca a aquellos con lupus, apnea del sueño y COPD. No tiene cura aún, pero hay esperanza en el horizonte. Para ser parte de la solución o para conocer más acerca de la hipertensión pulmonar visita. WWW.SOCIEDADLATINAHP.ORG

TU HISTORIA PERSONAL DE HP (60 segundos)

María Pérez tiene 36 años de edad y es madre de tres niños. En 1998 comenzó a sentir fatiga, mareos, desmayos e hinchazón en su pecho, pies y tobillos. También comenzó a sentir que le faltaba el aire cuando caminaba distancias cortas o subía escaleras.

María le preguntó al doctor sobre el significado de estos síntomas, la explicación que recibió fue que sufría de asma y le puso un tratamiento, pero, no mejoró. Luego, le preguntó a otro doctor y a otro y otro.... Y finalmente obtuvo un diagnóstico: hipertensión pulmonar.

Hipertensión Pulmonar es una elevación en la presión de las arterias pulmonares, causando que el corazón tenga que trabajar mucho más, y finalmente fallar. A raíz de que los síntomas son similares al asma y otras condiciones de salud, la hipertensión pulmonar es frecuentemente diagnosticada equivocadamente o no es diagnosticada a tiempo. La hipertensión pulmonar es una amenaza de muerte, pero si se diagnostica tempranamente puede ser tratada en diferentes formas a fin de proporcionar una vida plena y alargarla.

Más información acerca de la hipertensión pulmonar está disponible en WWW.SOCIEDADLATINAHP.ORG

¡Estamos aquí para apoyarte en cada paso del camino!

Comunícate con nosotros para ayudarte a elaborar tu estrategia de medios, ordenar los materiales, practicar tu entrevista, prepararte para compartir por primera vez tu historia personal con un periodista y ponerte en contacto con los reporteros.

Envíanos un correo electrónico a: info@sociedadlatinahp.org



Sociedad Latina de Hipertensión Pulmonar

954-5940674

sociedadlatinahp.org

Referencias:

- Wikipedia. *Medio de comunicación de masas*. Disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Medio de comunicacion de masas](http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicacion_de_masas)
- Save the children (s.f.). *Cómo tratar con los medios de comunicación*. Disponible: <http://www.unicef.org/spanish/sowc03/childrenskit/pdf/media-tips-sp.pdf>
- Pulmonary Hypertension Association (PHA). *Guía de Medios*. Disponible: Falta el link. NO lo encontré en internet con ese nombre
- Pulmonary Hypertension Association (PHA). *Raise awareness through the media*. Disponible: www.PHAssociation.org/awareness/PHAware



ANEXO A

“Frasas de enlace”

A continuación, algunas ideas sobre la manera en que puedes vincular los “puntos fundamentales” con el tema de la conversación. Esto es posible mediante el empleo de “frases de enlace”. Estos son algunos ejemplos:

1. “Me gustaría añadir...”
2. “También es necesario recordar...”
3. “Lo fundamental es...”
4. “Al respecto...”
5. “De lo que se trata es de...”
6. “El tema/la preocupación es...”
7. “El problema real es...”
8. “Lo que importa aquí es...”. “Igualmente importante es...”
9. “Aunque _____ sin duda tiene importancia, no debemos olvidar...”
10. “No olvidemos que...”
11. “Nuestro papel/nuestra labor/nuestro objetivo consiste en...”
12. “Nuestra prioridad/compromiso/meta es...”
13. “Lo cierto es que...”
14. “El quid de la cuestión es...”
15. “Esa es una pregunta interesante, pero...”
16. “Esa es una pregunta muy interesante, pero me permito recordarle que...”