

Alerta Mayor
Espacio de conocimiento

**Curso de Formación y Capacitación para el
Voluntariado de Adultos Mayores**

Módulo 7. La comunicación

Diciembre de 2011

Exposición: La gacetilla de prensa

Disertante: Natalia Muñiz

Lic. en Periodismo, Facultad de Ciencias Sociales,
Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

Curso de postgrado en Gerontología Social, Universidad
Maimónides, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Redactora especializada de Diario Popular.

nmuniz@dpopular.com.ar

La gacetilla de prensa

- Es uno de los medios para que las asociaciones de AM y/o centros de jubilados tienen para que los periodistas se enteren y difundan sus actividades, los servicios, reclamos, opiniones.
- La difusión puede sumar socios, fortalecer las redes con el barrio, establecer vínculos con otros centros y **mostrar con hechos** que otros modelos de envejecimiento son posibles.
- Dos puntos fundamentales
 - La escritura
 - El envío, que llegue a la sección correspondiente
- El tercer punto ya no depende de la asociación, sino del propio medio de comunicación: decisión del editor, el espacio con que se cuenta según la pauta publicitaria, los temas de último momento, entre otras situaciones frecuentes.



1.- La escritura

- Debe ser **clara, concreta y breve** -no más de 2 carillas-. Las gacetillas confusas y/o largas no se leen.
- Se dejará de lado el género literario y el publicitario. La gacetilla de prensa es estrictamente informativa.
- La estructura es la siguiente:
 - A.- MEMBRETE:
 - En la parte superior de la hoja.
 - B.- REFERENCIA:
 - Centrado en la hoja aclarar que se trata de una Gacetilla de prensa.
 - C.- Título informativo:
 - Centrado en la hoja, escribir un breve título informativo.
 - Ejemplo: Convocatoria de asamblea; Crece la demanda de los cursos de computación para AM.

1.- La escritura

- D.- COPETE:

- Luego del título se debe resumir el tema en una o dos líneas -no más-.
- Ejemplo: El centro de jubilados Mi Flor renovará Comisión Directiva; Cada vez más adultos mayores derrumban prejuicios y aprenden tecnología.

- E.- CABEZA/PRIMER PARRAFO:

- Comienza con un fechado: Ciudad, día.
- Oración de estructura básica: sujeto y predicado.
- No debe pasar las 5 líneas. Contar lo que se quiere difundir en la menor cantidad de palabras, pero a la vez, sin dejar ningún dato afuera.
- Para eso se sigue la regla de las **5 W y 1 H**.
- Se trata de responder a 5 preguntas que en inglés las palabras comienzan con W y, si el hecho lo amerita, se incorpora una sexta pregunta cuya palabra en inglés comienza con H.



Regla 5 W y 1 H

- Las preguntas a responder en el primer párrafo, siguiendo la regla de las 5 W y 1 H son las siguientes:
 - Quién (Who, en inglés)
 - Qué/Hicieron qué (What)
 - Cuándo (When)
 - Dónde (Where)
 - Por qué (Why)
 - ---Hasta acá las 5 W, en inglés---
 - Si el tema lo requiere se puede agregar una sexta pregunta: Cómo (How, en inglés, por eso lo de 1 H)



Regla 5 W y 1 H

- Ejemplos:

- El centro de jubilados Mi Flor convoca a sus socios a participar de una asamblea ordinaria el 13 de diciembre a las 18 para renovar la Comisión Directiva en la sede de avenida Mitre 5000, Avellaneda.
- Quién: El centro de jubilados Mi Flor...
- Qué/Hace qué: convoca a sus socios a participar de una asamblea ordinaria
- Cuándo/Para cuándo: el 13 de diciembre a las 18
- Por qué: para renovar la Comisión Directiva
- Dónde: en la sede de avenida Mitre 5000, Avellaneda.



Regla 5 W y 1 H

- Ejemplos:

- El centro de jubilados Mi Flor informó hoy que la demanda de los cursos de computación creció un 30% respecto al año pasado, en la sede de avenida Mitre 5000, Avellaneda, demostrando el interés de las personas mayores por derrumbar prejuicios y aprender tecnología.
- Quién: El centro de jubilados Mi Flor
- Qué/Hace qué: informó
- Cuándo: hoy
- Qué: la demanda de los cursos de computación creció un 30% respecto al año pasado
- Dónde: en la sede de avenida Mitre 5000, Avellaneda
- Por qué: demostrando el interés de las personas mayores por derrumbar prejuicios y aprender tecnología.



1.- La escritura

- **F.- SIGUIENTES PARRAFOS:**
 - Las oraciones deben ser claras, precisas y no superar las cinco líneas.
 - Centrarse en lo informativo y no "volar" con la escritura.
- **G.- CONTACTO:**
 - Luego del último párrafo no olvidar dejar algún número de contacto, con nombre y cargo de la persona.
- **H.- RELEER:**
 - Tomarse unos minutos para releer, chequear los datos, los nombres, las direcciones -no olvidarse de las ciudades/localidades-, teléfonos.
- **I.- FOTOS:**
 - De ser posible, agregar alguna foto al comunicado.



2.- El envío

- Enviar una gacetilla a un medio de comunicación no significa que la noticia será publicada, no que haya llegado bien ni que la haya recibido la persona correcta.
- Para disminuir los márgenes de error frecuentes hay que tener en claro a qué sección nos queremos dirigir y el teléfono y/o email del periodista referente.
- Una vez enviado el material es aconsejable chequear con el periodista si llegó la información, si la tiene en carpeta, si le interesa, si es factible su publicación.
- Tener en cuenta que no toda la información es publicable, debido a la cantidad de temas que llegan por día, al público destinado, las pautas publicitarias y el espacio con que se cuenta, los temas de último momento.
- Por eso lejos de desanimarse hay que seguir insistiendo, informando permanentemente.

AM como productores de noticias

- Los AM son una fuente de producción de noticias: son las generaciones que rompieron con los modelos obsoletos de vejez, que derrumbaron prejuicios y cada día demuestran que "sí" a la vejez se puede:
 - Seguir aprendiendo
 - Seguir enseñando
 - Realizando actividades
 - Tener proyectos
 - Cumplir sueños olvidados
 - Volver a enamorarse/seguir enamorado de la misma persona
 - Encontrarle un sentido a la vida, en todas las etapas.