

Kit de Prensa del Field Day

Los planes que usted haga ahora le traerá grandes cambios más tarde.

¡Sea un héroe PIO y traiga 500 puntos FD para su grupo antes de que usted toque un radio!

Mientras usted planifica para el Field Day:

En vez de ir al tope de una montaña, que tal ir a un lote de WalMart?

Estar en un lugar público conspicuo es bueno para **100 puntos**

En vez de solo decírselos a sus amigos “hams” y miembros del club,
¿qué tal contárselo a los periódicos, la radio y TV local?

Comunicados de Prensa disponible en <http://www.arrl.org/pio>

Tener un comunicado o enlace es bueno por **100 puntos**

En vez de manejar los radios, ¿qué tal manejar una mesa de información pública
con folletos, cartelones y una sonrisa?

Tener una mesa/centro de información pública es bueno para **100 puntos**

En vez de cortésmente ofrecer el micrófono, ¿qué tal saludar de mano con
oficiales electos y políticos de su área?

Una invitación de muestra está en su paquete de Field Day

Si un invitado, oficial electo visita obtienen **100 puntos**

En vez de hablar a una agencia servida, ¿qué tal invitar uno de sus líderes
a venir y visitarles y posiblemente hablar en su radio?

Si un oficial invitado representante de una agencia servida visita son **100 puntos**

Total = ¡¡500 puntos!!

***Mantenga un ojo en CONTACT! mensualmente
para actualizaciones y más información
<http://www.arrl.org/current-contact-issue>***

Los Cuatro Pasos Para Comunicados de Prensa Exitosos para el Field Day Por Jim Mulvey, KS1A

Cuando la publicidad del Field Day de un club no salió en el periódico, ¡el Presidente Publicitario no podía entender porque! Después de todo, él escribió el comunicado de prensa y lo envió por correo con mucho tiempo de sobra. Y aun así, se pasó por alto, ¿Porque? Porque hay unos pasos específicos a seguir usted debe asegurarse que:

1. La persona correcta actualmente lee su comunicado. (Muchos son botados después de una mirada rápida.)
- y
2. Ellos lo imprimen.

Paso 1. Sepa con lo que usted está en contra.

Primero, en los viejos días de los Espartanos, los comunicados de "sólo los hechos" ya han pasado. En un tiempo, todo lo que tenía que saber era directo "quién, qué, donde, cómo y porque" en el primer párrafo sin editorializarlo. Todavía es enseñado de esa manera en la escuela de periodismo, ¡pero no es como se hace en el mundo real!

Paso 2. Entienda que el problema más grande entender es que su comunicado sea lanzado a la basura.

En cualquier medio de comunicación (periódicos, televisión, y estaciones de radio) hay una persona que abre el correo de comunicados de prensa. Ellos pueden recibir toneladas de comunicados todas las semanas que son recogidos y abiertos a mano uno-por-uno, y desafortunadamente, la mayoría son de compañías anunciando el acenso de un nuevo contenedor de comida, (aagh) . La persona debe tomar una decisión rápida en cuanto a la importancia de cada uno. Sólo lee el primer párrafo, y está usualmente sentado al lado de un cesto de basura. ¿Tienes el cuadro?

Usted debe asegurarse que el comunicado es de interés a los lectores. **Si el periódico de su ciudad es el Billerica News, entonces esté seguro que el "Billerica Radio Amateurs" sea mencionado prominentemente ¡Usted debe llamar la atención de la persona en las primeras líneas de su comunicado o afuera se va!** Peor, la persona quién abre el comunicado puede tomar la decisión basado en cómo se ve su sobre. Si se ve muy aficionado, usted no recibiría una primera mirada seria. Cuando escriba un comunicado, camine la fina línea entre hacerlo excitante y manteniéndolo factual.

Paso 3. Envíe su comunicado a su destino.

Hemos incluido una muestra de un comunicado de prensa para que usted lo 'personalice' para su consumo local. Una buena manera de ser tirado al lado, es de solamente ponerlo en el sobre y enviarlo a su medio de comunicaciones. ¡Eso no es suficiente! Llame a la estación o periódico y pregunte por el editor o editor asignado (para radio y TV). Obtenga un nombre. Entonces, pregunte por el número de fax o dirección de correo electrónico.

¡Envíelo por fax a ellos! El fax es la manera más rápida de cortar por las capas protectoras una compañía usa contra su teléfono y correo. Mientras cada salida tiene sus propias preferencias para recibir cosas, un fax generalmente pase a través más seguido que el correo electrónico Envíe su comunicado con una semana de anticipación.

¡BINGO! La persona correcta ahora tiene su comunicado. Es separado del paquete usual; ahora tiene una buena oportunidad de tener la publicidad que quiere y necesita. **Reenvíe todo de Nuevo el día antes del evento.**

Paso 4. El Cierre.

Incluya un número de teléfono de contacto. Hemos tenido periódicos que nos han vuelto a llamar ¡y preguntando para hacer una historia completa del club! Obtener publicidad es más un arte que ciencia. Es importante recordar que solo escribiendo y enviando no es suficiente. Siga los pasos, suene amigable pero confidente, no trate de ir como si estuviera promocionando un descubrimiento médico. Esté seguro que el sitio se vea bien para las cámaras y fotógrafos. Deles un nombre de contacto y el mejor horario para presentarse. Siga adelante y usted puede anotar con cada comunicado que usted envíe.



HOJA DE CONSEJOS PUBLICITARIOS

-Ideas para ayudar a promover La Semana de La Radioafición y Field Day-

1. Reescriba el comunicado incluido en su membrete del club. Esté seguro de poner el nombre de su club y contacto en los blancos apropiados. Siéntase libre de editar cualquier texto de este comunicado y añadir a otro ya creado.
2. Envíe por correo o fax el comunicado al editor de la ciudad de su periódico local, o estaciones de radio y televisión. Dele seguimiento con una llamada telefónica dentro de unos días a ver si fue recibido y ofrecer cualquier información adicional. Cuando haga llamadas de seguimiento, pregunte si la o él reportero está en un plazo límite y si hay una hora en que se le pueda llamar para atrás.
3. Promocione el Field Day como un serio ejercicio de entrenamiento que prepara a los Radioaficionados locales en el evento de una emergencia local o a nivel estatal. Este es también un buen tiempo para promocionar el propósito del Simulated Emergency Test en Octubre.
4. Evite usar el lingo de Radioaficionados en cualquier material de prensa y en conversaciones o entrevistas con los representantes de los medios.
5. Designe a alguien quién pueda recibir a los medios, hablar sobre la Radioafición y explicar que está pasando en su evento de Field Day. Esté seguro que la persona que usted escoja es su portavoz más articulado.
6. Tome muchas **fotos de acción** buenas de su evento de Field Day. Si usted está interesado en someter sus fotos para posible uso en *QST* o cualquier otro sitio, esté seguro de usar una cámara y use fotos electrónicas en .jpeg de alta resolución - mientras más píxeles, mejor. Evite tomar fotos de gente solo de pie o de gente detrás de los radios. Tome caras. ¡Tome sonrisas!
7. Dele los trasfondos incluidos a los reporteros que buscan más información o úselos para ayudarlo a usted a escribir su propio material publicitario.
8. Haga un acercamiento a su estación de cable TV local y estación de radio con los anuncios de servicio públicos del ARRL. Si son transmitidos, usted tendrá una buena exposición del Field Day de los Radioaficionados y otras actividades del club. El anuncio de radio de servicio público se puede descargar directo de la página web en <http://www.arrl.org/public-service-announcements>.
9. Postea fácil-de-leer y colorido panfletos en sitios prominentes: librerías, supermercados, escuelas, etc.
10. Invite su alcalde u otros oficiales locales a su lugar de Field Day. ¡Hágalos tener unos cuantos contactos!
11. Escriba una carta al editor de su periódico local e invite a lectores a visitar su lugar de Field Day y que aprendan más sobre la Radioafición.
12. Ofrézcase a hablar sobre la Radioafición a un club Rotario local, o a otra reunión de club. Información y consejos en cómo dar una charla está disponible en la web en <http://www.arrl.org/swiss-army-knife> y campañas enteras están en <http://www.arrl.org/campaign-1>.
13. Verifique con los Niños y Niñas Escuchas locales. Participando en su evento de Field Day puede ayudarles a obtener una insignia de mérito.
14. Si su club tiene una página Web, esté seguro que pase el URL con el medio con el que esté trabajando. ¡Publicando contactos locales para posibles nuevos radioaficionados es importante darle seguimiento!
15. Hemos creado un volante especial diciendo a la gente sobre los servicios de no emergencia a la comunidad, ARES y lo que otros radioaficionados hacen en su vecindario. Puede descargar un archivo en .pdf de el mismo (*¡es una dirección larga!*) <http://www.arrl.org/files/file/Media%20&%20PR/2010%20FD%20and%20Contact/Spec%20Event%20Flyer%20for%20viewing.pdf> o lo puede ordenar por <http://www.arrl.org/shop/Forms-and-Media-Warehouse/>
16. ¡Tome el curso PR-101! <http://www.arrl.org/pr-courses> Tiene toda la información que necesita para tener éxito.

Para información adicional contacte a:

Su Nombre

Su Dirección

Sus Números Telefónicos

Su Dirección de correo electrónico

“¿A Quién vas a llamar? ¡A los Radioaficionados ____ de su pueblo ____!” Demostración Pública de Comunicaciones de Emergencia Junio 22-23

Su Ciudad, Estado, Fecha – A pesar de la Internet, teléfonos celulares, correo electrónico y comunicaciones modernas, cada año regiones enteras se encuentran a oscuras. Tornados, fuegos, tormentas, hielo y hasta el ocasional corte de cables de fibra óptica deja a las personas sin maneras de comunicarse. En estos casos, un servicio que constantemente nunca ha fallado ha sido la Radioafición.

Estos operadores de radio, llamados “hams” en inglés, provén comunicaciones de soporte para todo desde la Cruz Roja Americana a FEMA, y hasta la Estación Espacial Internacional. Los Radioaficionados de su ciudad se unirán a miles de otros operadores Radioaficionados demostrando sus capacidades de emergencias este fin de semana.

En el pasado año, las noticias han estado lleno de reportes de operadores radioaficionados brindando comunicaciones críticas durante emergencias inesperadas en ciudades a través de América incluyendo los fuegos de California, tormentas de nieve, tornados y otros eventos a nivel mundial. Cuando el problema se está cocinando, los Radioaficionados casi siempre son los primeros en proveer a los rescatistas con información y comunicaciones críticas. En el fin de semana de Junio 22-23, el público tendrá la oportunidad de conocer y hablar con los radioaficionados de ____ *su pueblo* ____ y ver por ellos mismos de que se trata el Servicio de Radioaficionado a través de Estados Unidos quienes estarán dando demostraciones públicas de sus habilidades en comunicaciones de emergencias.

Este evento anual, llamado "Field Day" es el climax de la Semana de La Radioafición auspiciado por el ARRL, la asociación nacional de Radioaficionados. Usando solo Fuentes de potencia de emergencia, los operadores radioaficionados construirán estaciones de emergencias en parques, centros comerciales, escuelas y en patios a través del país. Su lema, "Cuando Todo Lo Demás Falla, la Radioafición Funciona" es más que palabras para los radioaficionados pues ellos prueban que ellos pueden enviar mensajes en muchas formas sin el uso de sistemas telefónicos, internet o cualquier otra infraestructura que se pueda comprometer en una crisis. Más de 35,000 operadores radioaficionados a través del país participaron del evento el año pasado.

"La manera más fácil de tornar una crisis en un desastre total es perder las comunicaciones," dijo Allen Pitts del ARRL. "Desde el terremoto y tsunami de Japón a los tornados de Missouri los radioaficionados han provisto las mejores redes de comunicaciones en las primeras horas críticas de los eventos.

Porque los radios de los "hams" no dependen de la Internet, torres celulares u otra infraestructura, ellos trabajan cuando no hay nada más disponible. No necesitamos nada más que el aire entre nosotros."

En la _____*localidad*_____ área, el _____*nombre del grupo*_____ estará demostrando lo que es la Radioafición en _____*lugar*_____ en _____*fecha*_____. Ellos invitan al público a venir y ver las nuevas capacidades de los radioaficionados y aprender cómo obtener su propia licencia de radio de la FCC antes de que azote el próximo desastre.

La Radioafición está creciendo en los Estados Unidos Hay más de sobre 700,000 Radioaficionados licenciados en los Estados Unidos y más de 2.5 millones alrededor del mundo. A través del programa de Servicios de Emergencia de Radioaficionados del ARRL, radioaficionados voluntarios provén ambas comunicaciones de emergencias para miles de agencias de respuestas de emergencias y comunidades de no-emergencias a nivel estatales y locales, todo gratis.

Para aprender más sobre la Radioafición, vaya a www.emergency-radio.org. El público está cordialmente invitado a venir y hablar con los Radioaficionados. Vea lo que la Radioafición moderna puede hacer. ¡Ellos hasta le ayudarán a salir al aire!

###



Preparación y Seguimiento a los Medios
Pasos a tomar el día de, y después de,
su evento de Field Day

El Día del Evento:

1. Haga una llamada más a los medios si el tiempo lo permite.
2. Esté seguro que todos los elementos estén en su sitio.
3. Esté seguro que él, o ella, conozca su rol.
4. Salude a los representante(s) de medios. Obtenga su tarjeta de presentación.
5. Tenga Hojas de Información o Trasfondos listos.
6. No interrumpa durante interacción con medios a menos que sea absolutamente necesario.
7. Esté seguro que el representante de los medios tenga escrito correcto los nombres, títulos e indicativos.

Después del Evento:

1. Agradezca a representante(s) de medios si apropiado.
2. Esté seguro de obtener amplia copias de la cobertura.
3. Comparta cobertura con participantes, miembros del club miembros y el ARRL.
4. Busque oportunidades de “exposiciones secundarias”.
5. Continúe con las relaciones públicas progresivos.

Muestra de Proclama

A pesar de que no hay bono por tener una proclama oficial expedido por autoridades estatales o locales, es siempre una buena manera de mover interés y crear conciencia pública

En ocasiones los clubes buscan el que los oficiales/alcalde de la ciudad proclamen una “Semana de la Radioafición”. Mientras que no hay bono por tal proclama, es un buen reconocimiento para el club y la radioafición. *Lo siguiente es el lenguaje crudo modelo de un de una proclama. Modifíquelo para su ciudad local o liderazgo regional.*

Por Cuanto, Los operadores Radioaficionados están celebrando sobre un siglo del milagro de la difusión sobre las ondas de aire; y

Por Cuanto, la Radioafición ha continuado de proveer un Puente entre la gente, sociedades, y países creando amistades y el compartir de ideas; y

Por Cuanto, los Operadores Radioaficionados han provisto incontable horas de servicio a la comunidad ambos en emergencias y a otras organizaciones locales a través de éstas décadas; y

Por Cuanto, estos servicios de Radioaficionados se provén completamente sin compensación; y

Por Cuanto, el Estado también reconoce los servicios que la gente Radioaficionado provén a muchas organizaciones de Respuestas de Emergencias incluyendo _____ añada agencias servidas del gobierno y local _____; y

Por Cuanto, éstos mismos individuos han demostrado más allá su valor asistiendo al público proveyendo comunicaciones de radio gratis para desfiles locales, carrera de bicicletas, caminatas, ferias y otros eventos caritativos públicos; y

Por Cuanto, el ___estado/ciudad___ de _____ reconocen y aprecian la diligencia de estos radioaficionados quienes sirven de informantes del tiempo en el programa Skywarn del Buró del Tiempo del Gobierno de EE.UU.; y

Por Cuanto, la Radioafición otra vez ha probado su relevancia indiscutible en el mundo moderno en el 2005 proveyendo comunicaciones de emergencia cuando otros sistemas fallaron en la devastación de los of Huracanes Katrina and Rita en los Estados Unidos y en la catástrofe del Tsunami en ultramar; y

Por Cuanto, el ARRL es la organización líder para la Radioafición en EE.UU.; y

Por Cuanto, el ejercicio de Field Day de los Radioaficionados del ARRL se llevará a cabo en Junio 22-23, 2013 y es un ejercicio de prueba de emergencias de 24 horas y una demostración de las destrezas y de la preparación autosuficiente en comunicaciones de los Radioaficionados sin estructura adicional requerida; ahora

Entonces, yo ___nombre___, _____ título _____ del ___lugar___, oficialmente reconozco y declaro Junio 17-23 como

La Semana de la Radioafición
En el ___lugar___

Firmado

Título _____

Sello...

Ponga esto en el encabezado de su club si tiene alguno **Su Nombre**
Calle
Ciudad, Estado
SU TELÉFONO!
Su Dirección de Correo Electrónico
Fecha

Título y nombre
Dirección
Dirección
Ciudad Estado código postal

Re: Invitación para estar con nosotros Junio (**fecha**)

Estimado **título nombre**:

Como **título del club**, le escribo para invitarlo cordialmente para que conozca a los Radioaficionados de su comunidad y los miembros del **club** en **lugar** en **Junio fecha (22 or 23)** entre **hora y hora**. Este es el Field Day Nacional de la gente Radioaficionado. A través del país los operadores radioaficionados estarán montando estaciones de radio en lugares inusuales y harán contactos con otros en una demostración de sus capacidades de emergencias.

En el pasado año solamente, los radioaficionados han hecho titulares por su trabajo en fuegos forestales, inundaciones, tormentas tornados y otras crisis. Los radioaficionados han provisto comunicaciones de emergencia para muchas organizaciones cívicas y gubernamentales en desastres. En adición, ellos provén comunicaciones suplementarios, cuando los sistemas normales son inoperables o se sobrecargan. Los Radioaficionados han sido llamados (y correctamente) “La gente detrás de la cortina que hacen que los héroes se vean bien”.

Como en muchas comunidades, **__(ciudad)__** no espera una emergencia mayor. Pero suceden y el perder las comunicaciones puede tornar una emergencia en un verdadero desastre.

Estaremos invitando a pasar a la prensa, y tendremos folletos, paquetes de información y otro material disponible a través del ARRL, la asociación nacional de los Radioaficionados, explicando nuestro trabajo

Espero que este plan cuente con su aprobación y esperamos su visita en este evento. Debe de ser divertido y una validación de los cientos de Radioaficionados voluntarios quienes han gastado miles de horas proveyendo comunicaciones de emergencias, trabajo de servicio público y otros beneficios a través de la región y la comunidad. Si usted necesita más información o quiere confirmar su visita favor de contactarme al número de teléfono indicado arriba.

Sinceramente,

Su nombre
Título de Club