

¿Cómo convertir datos y números en un mensaje convincente? Para comenzar, tome en cuenta lo siguiente:

¿A cual audiencia quiere hacer llegar su mensaje?

Algún funcionario o una junta directiva o comisión --ya sea que hayan sido elegidos por voto o nombrados al cargo-- con experiencia o nuevos en sus funciones. Reguladores con conocimientos técnicos, periodistas sin formación técnica, el público en general (bien informado, apático, indignado pero desinformado).



¿Cuál es la actitud de su audiencia?

Concuerdan con usted y solo necesitan recibir apoyo o un incentivo para empezar a actuar. Discrepan con usted y es preciso convencerlos o ejercer presión sobre ellos. No están al tanto de la situación y es necesario informarles.

¿Cuál es el contexto?

Una audiencia pública o una reunión
Una reunión o una entrevista privadas
Un volante, una hoja informativa o un anuncio en el periódico.
Una concentración pública o una rueda de prensa.



¿Cuál es el formato?

Oral: ¿De cuánto tiempo dispone?
Escrito: ¿Cuánto espacio le dan?
¿En blanco y negro? ¿Solo texto?
¿Gráficos a color?

SA Mensajes que causan impresión y Gráficos que causan impresión pueden motivarlo a pensar creativamente en maneras de exponer hechos relevantes. Si no le sobra tiempo o no tiene un grupo para realizar estas actividades, ambas le ofrecen manuales con consejos para crear mensajes y gráficos que causen impacto: cómo elegir estrategias y superar obstáculos frecuentes, y cómo refinar su mensaje y sus gráficos.

SA Diseñe una hoja informativa condensa todo el trabajo que usted ha hecho en una sola hoja informativa o cartel.

¿Es demasiado pronto? Si aun no ha logrado encontrar la información clave que a usted le gustaría poner en evidencia, repase las actividades y los recursos que se ofrecen en:

SA Saque sus Propias Conclusiones y Las Piezas del Rompecabezas del Riesgo. Estudie su propia situación y trate de encontrar datos de interés periodístico o afirmaciones que pueda disputar.