

# Cómo organizar un evento público





## Mesas, Marchas, Vigilias, Reuniones, Exhibiciones...

Una manera efectiva de difundir su mensaje y lograr la atención de los medios es la organización de eventos públicos. El rango de eventos incluye marchas hacia la sede del Ministerio de Defensa, demostraciones frente a la sede de alguna empresa o fábrica productora de minas y la distribución de volantes frente a la sede donde se realiza alguna reunión con miembros del gobierno en capacidad de tomar decisiones sobre la política relativa a las minas. Para lograr todo esto se requiere planeación, imaginación y trabajo duro.



Tenga en cuenta lo siguiente:

- **Planee con anticipación:** realice una reunión de planeación para definir las estrategias del evento. Asegúrese de que sea un grupo reducido de personas el responsable del evento, notifique a las autoridades (por ejemplo, a la policía de tránsito si se trata de una marcha), y garantice que haya un grupo de personas antes y después del evento que prepare y limpie el sitio. Una buena regla es planear el evento pensando en lograr el máximo de publicidad causando el menor número de molestias posibles.
- **Construya alianzas:** en ocasiones es útil convocar a individuos y organizaciones prominentes para que apoyen el evento; ellos pueden sugerir un vocero, ayudar con los preparativos prácticos y disponer de personal para asistir al evento. Asegúrese de que todos los participantes en la organización del evento estén bien informados sobre el tema, entiendan el mensaje que se trata de transmitir y comparta información y documentos con todos los organizadores.
- **Publicite el evento:** usted necesitará de una estrategia de publicidad para convocar apoyo y explicar a la comunidad la justificación del evento. Esto se puede lograr a través de la distribución de volantes, la instalación de pendones en sitios públicos, publicidad en medios, la utilización de las secciones de anuncios gratis de estaciones de radio locales, la comunicación con personas ya enteradas de la causa, personas y organizaciones amigas,



sindicatos, universidades y centros religiosos a través de cartas, correos electrónicos o faxes. A veces la mejor publicidad consiste en correr la voz, de modo que pida a sus aliados que telefonen a otros y corran la voz.

- **Comunique su mensaje:** si el evento ocurre cerca o frente a una edificación pública, es mejor comunicarle a los transeúntes de qué se trata el evento y cuál es el mensaje que se quiere transmitir. Asegúrese de tener pendones y material visual e impreso que contenga y explique el mensaje. También es bueno practicar cómo responder a preguntas frecuentes y entrenar muy bien a los nuevos colaboradores sobre los mensajes de la ICBL/CIPM.
- **Prepárese para el cubrimiento de los medios:** se quiere llamar la atención del público, asegúrese de haber escogido una buena hora para que los medios cubran el evento y salga en la edición o emisión del día o día siguiente. Muchas veces los eventos que ocurren antes de la media tarde alcanzan a salir en las noticias de la noche, mientras que eventos que ocurren tarde pueden no ser vistos si no hay equipos disponibles para la transmisión en directo. Envíe un comunicado de prensa antes del evento (consulte la sección de comunicados de prensa en el cuademillo "Cómo hacer publicidad a su campaña"), y designe uno o dos voceros muy bien informados para atender entrevistas y proveer información a los medios. Piense en maneras de hacer el evento visualmente atractivo para los camarógrafos y los fotógrafos. (Consulte la sección de conceptualización y organización de exposiciones y conferencias de prensa "Cómo hacer publicidad a su campaña", incluida en este paquete
- **Piense en equipos:** realice los trámites necesarios para tener equipos si se requieren (carteles, megáfonos, sistemas de sonido y sillas).
- **Piense en la recolección de fondos:** envíe propuestas de financiación o solicite donaciones en especie (refrescos, pintura para los pendones, papel para los volantes, teléfonos celulares para los organizadores, etc.). Consulte la sección "Cómo organizar una conferencia sobre minas antipersonales", de este paquete.

## Cómo organizar mesas

Las mesas son una manera efectiva de conseguir firmas para peticiones, difundir su mensaje y conseguir financiación. He aquí algunas recomendaciones:

- **Dónde y cuándo:** escoja un sitio muy concurrido como algún centro comercial o plaza pública. (por ejemplo durante un festival, en un campus universitario o en un evento comunitario o público), y a una hora de mucha circulación (Los sábados por la mañana o los días festivos, por ejemplo).
- **Su mensaje:** asegúrese de que la apariencia de las mesas atrae a las personas y las invita





Cómo organizar un evento público



a detenerse y hacer preguntas: utilice afiches, carteles, pendones y otros materiales para adornar la mesa. Tenga un pendón que incluya el nombre de la campaña y un eslogan adecuado para transmitir el mensaje. Tenga a mano hojas, calcomanías, postales y otros materiales que se le puedan entregar al público y/o transeúntes.

- Solicite acciones: pídale a los transeúntes interesados algún tipo de acción. Por ejemplo, podrían unirse a la campaña, firmar una petición para respaldarla, hacer una donación o enviar una carta.

## Marchas

Una marcha es una buena manera de convocar a miembros y aliados, hacer publicidad a su campaña y ejercer presión sobre quienes toman decisiones. Las marchas pueden ser eventos para motivar la participación de nuevos miembros y del público en general. Algunas recomendaciones para las marchas:

- **Dónde y cuándo:** decida dónde y cuándo va a reunirse la gente, cuál será la ruta de la marcha y cuál es el punto de reunión final;
- **Instrucciones:** escoja personas claves para ser entrenadas en diferentes aspectos de la marcha. Estas personas dirigirán la marcha y por lo tanto deben lucir distintivos que los identifiquen como camisetas de la campaña o brazaletes con siglas.
- **Líderes y pendones:** algunas marchas son guiadas por una comunidad de líderes o por los directores de las organizaciones involucradas. Los pendones y pasacalles que exponen el mensaje de la campaña deben ser llevados por quienes marchan para transmitir el mensaje a los medios y al público en general.
- **El gran final:** todo evento debe tener un final formal tal como una reunión en el punto de llegada o un discurso o petición oficial.

## Vigilias<sup>2</sup>

Las vigilias suelen ser solemnes y silenciosas. Pueden ser una manera poderosa de transmitir



Cómo organizar un evento público

los sentimientos de dolor por la crisis de las minas antipersonales o de conmemoración por las víctimas de estas armas. Algunas vigilias tienen elementos religiosos que permiten aprovechar el entusiasmo de los miembros de las comunidades religiosas que participan de su campaña y de convocar el apoyo de otras aún no involucradas. Algunas recomendaciones para las vigilias:

- Diseñe un patrón para la ubicación de los participantes, una línea o círculo, que permita que los transeúntes se enteren sin ser obstruidos o molestados. No se ubique en entradas o salidas si es el caso.
- Disperse la gente tanto como sea posible para incrementar el impacto visual y para evitar que los participantes caigan en la tentación de charlar o asociarse en pequeños grupos.
- Trate de mantener la compostura y el silencio durante la vigilia.
- Designe supervisores que revisen que los participantes estén bien. Defina descansos y hable con los transeúntes que manifiesten interés.
- Utilice elementos visuales como libros y velas para que los participantes los tengan durante la vigilia.

## Demostraciones

Estas son similares a las vigilias aunque los asistentes usualmente sostienen pendones y pasacalles y a veces requieren movimiento e incluso canciones. Es bueno designar un coordinador para evitar la dispersión y para que atienda a los medios y a los curiosos. Escoja un sitio público significativo o una avenida o calle muy transitada.

## Exhibiciones

La ICBL/CIPM ha promovido la programación frecuente de exhibiciones fotográficas y de otros materiales visuales como pinturas, dibujos infantiles y carteles de la campaña. Dicen que "una imagen vale más que mil palabras" y una exhibición es una manera efectiva de lograr divulgar el mensaje de la campaña y de involucrar a la gente con historias de personas que han sido profundamente afectados por el problema de las minas.

Se acostumbra presentar exhibiciones en conferencias internacionales, o durante reuniones de la comunidad. Consulte la sección de este paquete titulada "Cómo sostener una conferencia sobre minas antipersonales" y en especial la sección IV sobre financiación. Adicionalmente las exhibiciones pueden ser un evento en sí mismas, con invitados especiales que convoquen al evento. La ICBL/CIPM





Cómo organizar un evento público



tiene un centro de recursos que reúne material fotográfico y otros recursos visuales (consulte la hoja de información en el paquete de recursos de este material). La campaña internacional tiene la fortuna de contar con el apoyo de muchos fotógrafos profesionales que dedican tiempo a la causa de las minas terrestres, algunas veces de manera totalmente gratuita.

### Algunas recomendaciones:

- Escoja un sitio público y espacioso para exponer los materiales: un centro comercial, un salón comunitario, una institución educativa o una galería de arte;

- Trate de definir un tema para la exhibición que le dé una continuidad a las imágenes (por ejemplo, Nicaragua o América) o un tópico (por ejemplo, desminado, rehabilitación, niños y minas terrestres);

- Construya relaciones con fotógrafos de su región e invítelos a contribuir a una exhibición en particular. Algunas veces es necesario establecer contratos con los fotógrafos donde usted conviene en el modo de utilización de las imágenes. También convenga sobre el pago, que puede incluir reimpressiones, revelado, honorarios y edición. Hay que tener otros costos tales como el transporte del material y el proceso de enmarcado;

- Piense cuidadosamente cómo serán organizados los materiales. ¿ Están las fotos sueltas o enmarcadas? ¿ Cómo se instalarán (con ganchos, puntillas, cinta doble faz, velcro)? ¿ Sobre qué superficie se dispondrán (paredes, tableros)? Un montaje simple sobre cartulina es barato y fácil de transportar. Otros métodos más costosos incluyen los marcos con vidrio, pero son más difíciles de transportar, más pesados y frágiles. Es importante organizar el material de manera atractiva y profesional. Algunas veces vale la pena contratar los servicios de empresas de exhibiciones, aunque se pueden encontrar talentos entre los fotógrafos e incluso entre los miembros de la campaña;

- Considere el uso de diferentes medios: fotografía, pintura, vídeo o diapositivas. Recuerde que debe prestar o contratar equipos para el material en audio o en vídeo;

- Ponga mucha atención al texto que acompaña las imágenes: ¿ explican el contenido de la foto, proporcionan datos sobre el fotógrafo y los personajes que aparecen en la foto, etc.? ¿ Hay alguna información sobre los patrocinadores de la exposición? No olvide incluir alguna información sobre el tema de las minas tal como datos de desminado, información sobre rehabilitación, detalles de los países afectados y de países productores;



Cómo organizar un evento público

- Piense bien sobre el calendario y el horario de la exhibición. Algunas veces funcionan las exhibiciones abiertas en fechas significativas para la campaña como el aniversario de la entrada en vigor del Tratado, el día en que el tema se discute en el parlamento, cuando ocurre una conferencia internacional, etc. Mantenga la exhibición por un período limitado de tiempo, no más de unos pocos meses, de otro modo perderá el impacto. Piense en maneras de reutilizar el material de la exposición en otro evento;

- Invite a editores de arte de su periódico local, estación de radio o televisión para que estén en la inauguración del evento. Algunas veces las fotografías de la exhibición se pueden utilizar para su publicación (recuerde que necesita de permiso adicional del fotógrafo para esto).

## Lista de chequeo para los eventos<sup>3</sup>

### Logística preliminar

- ¿ Se ha definido quién coordinará el evento? ¿ Se ha elegido un comité? ¿ Se han definido responsabilidades para cada persona (por ejemplo, programa, logística, financiación, medios, publicidad, coordinación general)?

- ¿ Se han definido fecha y hora adecuadas (es conveniente asegurarse de que su evento no se cruza con otro más importante)?

- ¿ Es el sitio adecuado para la asistencia de personas con discapacidades? ¿ Hay suficiente sitio para parqueo? ¿ Hay transporte público accesible de manera cómoda?

- ¿ El sitio tiene buena acústica y equipos? ¿ Tiene el tamaño adecuado? ¿ Se requieren permisos? ¿ Hay suficientes entradas y salidas?

- ¿ Cómo se publicitará el evento? ¿ Quién es el responsable? ¿Cuáles son las fechas límite? ¿ Es necesario programar transporte para los asistentes y/o los voceros? ¿ Quién es el responsable?

- ¿ Quién respalda el evento? ¿ Qué personas y organizaciones? ¿ Se han puesto de acuerdo todos en la lista que debe salir a los medios? ¿ Tiene responsabilidades en el evento (planeación, administración, declaraciones)?

- ¿ Se han organizado donaciones o contribuciones para el evento? Prepárese para una solicitud de fondos posterior al evento.

- Medios: conferencia de prensa o comunicado de prensa inicial, contacto continuo, cubrimiento, entrevistas y sesiones informativas.





Cómo organizar un evento público

## Logística del sitio

- Defina un edificio o escenario.
- Organice sillas y podios para los voceros y los miembros.
- ¿El lugar escogido es cubierto o hay que organizar un plan de contingencia en caso de lluvia?
- Contrate un buen equipo de sonido.
- Organice la seguridad del sitio.
- Tenga a mano personal y equipo médico y paramédico.
- Disponga de refrigerios o modo de conseguirlos.
- Si el sitio no se ve a primera vista disponga de la señalización adecuada.
- Organice la decoración: diseño y disposición de pendones y otro material gráfico.
- Limpieza: disponga de canecas y otro material de aseo. Tenga un equipo de personas que se encarguen de la limpieza del sitio durante y después del evento.
- Programe: un moderador, los voceros o conferencistas, la duración del programa y la duración de cada intervención. Asegúrese de tener un buen balance en el equipo que hablará (hombres/mujeres, locales/internacionales, técnicos/seguidores/sobrevivientes).
- Disponga de traductores si es necesario.
- Entrenimiento: programe músicos, actores, bailarines, etc. con anticipación.
- Si es un evento considerable en número de personas defina responsables que se encarguen de las masas y de dar información.
- Literatura, materiales: disponga de tablas con volantes, libros, calcomanías, postales, camisetas, etc.

## Seguimiento

- Entregue el sitio limpio.
- Agradezca a los asistentes, los patrocinadores y los voceros.
- Realice una evaluación.

### Notas

- <sup>1</sup> La mayor parte de esta sección está basada en "Do it Justice", un proyecto de Social Justice Partnership and Oxfam\* Canadá, S. Gage and S. Ockenden (Victoria: Oxfam Canadá, 1996)
- <sup>2</sup> Liga de la Resistencia contra la Guerra, Manual de los Organizadores. Ed. Ed Hedemann (Nueva York: Liga de Resistencia contra la Guerra, 1986) pp. 179-180
- <sup>3</sup> Liga de la Resistencia contra la Guerra, Manual de los Organizadores. Ed. Ed Hedemann (Nueva York: Liga de Resistencia contra la Guerra, 1986) pp. 158-160

Design and Layout: Print Art, Sana'a-Yemen +967-1-219784 e-mail: print-art@ynet.lye

