

Cómo organizar un Foro Comunitario sobre Microbicidas. Diez pasos

Organizar un foro comunitario en tu zona es un gran paso para involucrarse en la Campaña Global por los Microbicidas como suscriptor, socio o sitio. Si está bien organizado, un foro comunitario puede reunir a potenciales suscriptores pertenecientes a diversos grupos, enseñarles sobre el estado de la investigación de los microbicidas y sobre por qué se necesita una mayor inversión, así como invitarlos a unirse a la Campaña Global. Los foros también pueden ayudar a atraer la atención de los medios de comunicación locales y a extender así el mensaje.

1. Decide **qué socios de la organización serán los co-organizadores** del Foro. Puede que quieras incluir a organizaciones que trabajan en VIH/SIDA, salud de las mujeres, planificación familiar y/o salud pública, ya que cada una puede invitar a gente de sus propios grupos y listas de contactos, permitiéndote maximizar el potencial de participación al Foro. También puedes pensar en involucrar a grupos interesados fuera de los círculos de ONGs, tales como grupos de inclinación religiosa que trabajen de forma activa en cuestiones del VIH/SIDA, grupos de estudiantes o grupos de profesionales, etc.
2. Los representantes de cada una de las co-organizadoras deben reunirse primero para **decidir la fecha, hora y lugar** del Foro. Ello debería determinarse según las costumbres de las comunidades que se espera atraer. ¿La gente prefiere reuniones por la mañana, por la tarde o por la noche? Si esperas atraer a un público principalmente profesional, podrías ofrecerlo como un curso de formación que incluya créditos de educación continuada? Si tu estilo es más un evento local a nivel comunitario, ¿qué sería más apropiado? ¿Un evento de mañana, tarde, noche o fin de semana?
3. Luego tenéis que decidir **cual va a ser el programa**. La Campaña Global puede ayudarte a identificar ponentes (investigadores, expertos en políticas públicas, etc.) en esta área. Es útil presentar un programa que combine a gente local y nacional – por ejemplo, un ponente ofrece una introducción general sobre la investigación y la incidencia política en el campo de los microbicidas y otro, que esté llevando a cabo investigación sobre los microbicidas a nivel local, puede hablar sobre lo que está pasando en tu zona. Puede que también quieras incluir a proveedores y/o consumidores en el programa, para que hablen sobre cómo el acceso a los microbicidas ayudaría a tu comunidad en la lucha contra el VIH y otras ITS.
4. **Calcular los costes** incluyendo: el alquiler del local (si es el caso), las fotocopias de los folletos y documentos que entreguéis, bebidas, etc. La Campaña puede proporcionarte los ponentes bajo ningún coste previa consulta.
5. **Reservar el local** y asegurarnos que os den suficiente tiempo para poder prepararlo sin prisas. Una vez más, se tienen que tener en cuenta las normas locales antes de seleccionar el lugar. La gente normalmente se siente más cómoda yendo a lugares donde se celebran otras reuniones comunitarias, donde hay posibilidades de encontrar aparcamiento o facilidad de llegar con transporte público y donde conocen cómo llegar.
6. **Producir una invitación/folleto**. Alguien perteneciente a alguna de las co-organizadoras tiene que hacer un boceto del folleto/invitación y enviarlo a los otros organizadores para que lo revisen antes de su finalización. El responsable de información o el coordinador regional de la Campaña Global puede enviarte ejemplos de invitaciones/folletos que hayan sido usados por otros Sitios de la Campaña. También podéis encontrar ejemplos en nuestro sitio web (www.global-campaign.org). La invitación/folleto debe incluir:
 - El nombre del foro (podemos proporcionarte ideas sobre títulos atractivos)

- Fecha y hora
 - Lugar (y, si es necesario, información breve sobre el transporte público y dónde aparcar)
 - Nombres de las organizaciones o grupos co-organizadores
 - Nombres y afiliaciones de los ponentes (se necesita confirmación previa de los ponentes. Si ello es imposible, nombrarlos como ponente ‘invitado’).
 - ¿Se servirán bebidas/comida? Si así es, ¿en qué cantidad? (ej. indicar si vais a servir algo ligero, un desayuno continental, comida, pizza, etc..)
 - Mencionar que el evento es gratuito y está abierto al público o especialmente destinado a una comunidad en particular (ej. "abierto a todos los profesionales sanitarios" o 'abierto a todos los estudiantes universitarios, facultad y personal', etc.)
 - Si sois capaces de proporcionar créditos de educación continuada, aseguraros de mencionarlo en la invitación.
 - ¿Los participantes necesitan confirmar su participación? Si es así, ¿a quién y cual es la fecha límite?
7. **Dar publicidad al evento** para atraer a tu audiencia. Lo ideal sería empezar un mes antes del evento y, como máximo, dos semanas antes. Puedes hacerlo de forma efectiva mediante:
- Repartiendo o colgando los folletos/posters por donde sean fácilmente vistos por el público que os interesa
 - Dejar pilotes de invitaciones/folletos en lugares donde haya mucha circulación a pie por parte del público que os interesa
 - Asegurarse de que cada co-organizador distribuye invitaciones a su personal, voluntarios y miembros del consejo
 - Introducir los folletos/invitaciones en los mailing que hagan los co-organizadores
 - Enviar los folletos/invitaciones a los medios de comunicación (con una nota personal pidiéndoles que asistan). Aseguraros de incluir a periodistas clave en los periódicos, radio y televisión y revistas locales, así como representantes de medios de comunicación de gays o lesbianas, prensa para las mujeres e universidades que existan en vuestra comunidad
 - Enviar anuncios públicos a los canales de radio y televisión locales, adjuntando una carta pidiéndoles que lo saquen en antena. La Campaña Global puede proporcionarte ejemplos y asistencia técnica sobre cómo hacerlo
 - Enviando un ‘anuncios para la comunidad’ a los periódicos locales, tras contactarles para ver cual es su procedimiento para propuestas de anuncios
 - Anunciarlo en los sitios web de cada uno de los organizadores, si es que tienen
 - Anunciarlo en las listas locales y otros networks a los que pertenezcas
8. **Prepara los documentos a distribuir.** De Nuevo, la Campaña Global puede proporcionarte sugerencias y copias de documentos, también a través de nuestra web site: www.global-campaign.org/SPdownload.htm
9. **Solicita cobertura mediática** del evento. La forma más fácil de hacerlo es mediante un seguimiento de los contactos de prensa antes descritos, haciendo llamadas personales por teléfono. Dos semanas antes del evento, envía a cada miembro de la prensa que invites un folleto y una invitación. Luego, una semana antes del evento llamas a cada uno para confirmar que han recibido la invitación y habla de porqué crees que este evento será interesante para sus lectores o audiencia. Menciona también porqué tu organización está involucrada en esta cuestión y porqué la gente a la que servís necesitan acceso a microbicidas.

Pregunta si hay algo que podáis hacer para ayudarles a cubrir la historia. Algunos tipos de

asistencia que podríais ofrecer incluyen: organizar una entrevista con el panel del foro, poner al reportero en contacto con alguien (un cliente, voluntario o colega) que quiera hablar en público sobre porqué ella/el cree que el acceso a los microbicidas es importante, o proporcionando mayor información sobre el tema (notas informativas, etc). El día antes del evento llama para ver si planean atender y preguntarles, una vez más, si hay algo que podáis hacer para ayudarles a cubrir la historia.

10. **Establecer una lista de contactos para el seguimiento.** Uno de los beneficios de organizar un foro comunitario es que es una manera muy fácil de pedir a la gente, en un momento en el que su interés por la cuestión se ha estimulado, que se unan a la lista de contactos local de la coalición de la Campaña. Se trata de una base de datos de gente que se han comprometido a actuar en respuesta a las demandas de la coalición. Cuando recibáis actualizaciones de la Campaña Global o demandas de acción, o cuando otros eventos relacionados con los microbicidas tengan lugar a nivel local y puedan ser interesantes, puedes usar tu base de datos de contactos para extender la voz a nivel local.

De todas formas, para hacer esto, tienes que crear un tipo de base de datos electrónica, una lista por emails o una lista en papel de mailing/teléfonos, en los que almacenar los nombres, direcciones y teléfonos de la gente que quiere estar en tu lista de contactos. Lo mejor es que una de las organizaciones co-organizadoras acepte la responsabilidad de crear y mantener la lista y decidir con antelación quién va a coordinar su uso.

La Campaña proporciona un formulario de suscripción a listas de contacto y sería una buena idea distribuirlo en el Foro –pidiendo a la gente interesada que lo completen y que os lo devuelvan allí mismo. Podéis adaptar el formulario de la Campaña, añadiendo abajo el nombre y la información de contacto del coordinador de vuestra lista de contactos local. Entonces podréis distribuir este formulario de solicitud para suscribirse a la lista de contactos, en el foro o en otros lugares, según sea necesario.

La CGM es una red diversa de activistas y organizaciones no gubernamentales (ONG) que trabajan para expandir las opciones de prevención del VIH y estimulan la investigación ética que involucra a la sociedad civil.

Visita nuestra página web: www.global-campaign.org o contáctanos en:

Canadá • Kenya • Sudáfrica • Reino Unido • Estados Unidos