Encabezado

¿El título contiene lo siguiente?:

* **COMUNICADO DE PRENSA**  en tamaño grande de fuente en la parte superior
* Nombre, dirección, número de teléfono y correo electrónico de la organización
* Contactar con: Persona y teléfono, correo electrónico de contacto
* La fecha "De lanzamiento" o "inmediato"
* **Fecha de hoy (importante y no es lo mismo que fecha de lanzamiento)**

**Título**

* ¿El título es corto, pegadizo e interesante?
* Como regla general, debería haber un verbo activo en el título. Los verbos activos ayudan a hacer el título más llamativo y dan al asunto un sentido de movimiento o de urgencia. Por ejemplo:
  + “Una población joven libre de SIDA” o “salvar a nuestra Juventud-deteniendo la propagación del SIDA”

**Línea o “gancho” de apertura**

* ¿Es la primera línea de la "noticia" la más convincente, por ejemplo, un resultado o hallazgo de la investigación o de los datos actuales?
* ¿Está escrito de una manera interesante que destaca el resultado clave y atrae al lector?

**Orden invertido (Lea el resto de la nota de prensa)**

Una vez haya terminado de escribir su nota de prensa, tome un momento para revisar de principio a fin.

Compruebe lo siguiente:

* ¿Se adhiere a lo que es la "noticia", en otras palabras, los resultados?
* ¿Hace uso de datos reales para presentar la información? ¿Si es así, se utilizan fuentes de datos para presentar la información?
* Asegúrese de que la descripción de la investigación, como cuántas personas estaban en el tamaño de la muestra, quién realizó la investigación, detalles de dónde se realizó, metodología, etc. se encuentran al final mismo de la nota de prensa. **Este tipo de información NO es para todas las NOTICIAS**. No son particularmente interesantes para los periodistas y no aparecen en los párrafos superiores del Comunicado.
* Breves declaraciones introductorias al principio del comunicado de prensa, por ejemplo "De acuerdo con un estudio reciente realizado por los Servicios Internacionales de Poblacion, más de la mitad de los adolescentes no usan condones en su primera experiencia sexual", esta forma está bien porque es solo una breve mención del "qué" y "quién lo hizo."

**Lógica**

Debido a que el comunicado de prensa es un breve resumen de la investigación, los investigadores a menudo tienden a incluir resultados clave o jerga que puede no estar bien explicada. Asegúrese de que su comunicado de prensa pueda ser fácilmente entendido por una audiencia no técnica.

* ¿Hay una lógica clara para el flujo de los párrafos?
* ¿Se presenta la información de forma clara para que los datos y los resultados sean precisos y fáciles de entender?

**Presentar recomendaciones y otra información editorial**

* En general, un comunicado de prensa que resume los nuevos resultados de investigación o estudio no es el lugar para enumerar todas las acciones y recomendaciones que las autoridades deben adoptar. Hacer una solicitud para tomar algún tipo de acción es probablemente lo mejor en el marco de un editorial (artículo de opinión).
* Se puede realizar recomendaciones dentro del texto de un comunicado de prensa si se indica como citas. Por ejemplo:
  + La NFHS-2 muestra que aproximadamente cuatro de cada cinco niños no reciben comida sólida o blanda — que conviene iniciar a partir de los seis meses,-- hasta que son mucho mayores. "Cuando los niños empiezan a recibir alimento sólido, muchos ya están desnutridos," comentó el Dr. Y.R. Sharma, Director de Salud Pública y Bienestar Familiar, ***«algunas mejoras nutricionales podrían realizarse simplemente promoviendo mejores prácticas de alimentación infantil. "***

**Jerga técnica**

* ¿Está libre de todos los tecnicismos, o si se utilizan términos técnicos, están bien definidos?

**Descripción final de la organización**

* Al final, debe haber 1-2 líneas separadas por una fuente más pequeña o una línea que describa la organización de contacto (ver ejemplos). Esta es una buena oportunidad para recordar a los medios sobre su organización y lo que ofrece.

**Revisión de claridad, errores y modificaciones adicionales**

* Compruebe los errores ortográficos y gramaticales
* Compruebe que todos los nombres y datos de los contactos son correctos
* Compruebe que los datos facilitados (si existen) son precisos
* Pida a un colega(s) que lea el comunicado de prensa y solicítele sus comentarios