



Guía del Organizador Día de la Tierra 2007



EARTH DAY NETWORK GUÍA DEL ORGANIZADOR

Earth Day Network es la organización sin ánimo de lucro que coordina eventos en todo el mundo para generar conciencia medioambiental en el Día de la Tierra y durante el resto del año. Su misión es ayudar a lograr un medioambiente sano y un mundo sostenible mediante campañas medioambientales, eventos y educación. La organización incluye a más de 15,000 socios en 174 países.

Para más información sobre el Día de la Tierra, cómo participar y cómo registrar tus eventos, por favor visite www.earthday.net.

Earth Day Network garantiza a cualquier organizador el derecho a reproducir esta guía sin cargo alguno para propósitos que apoyen la misión y los valores de Earth Day Network, siempre y cuando se incluya el reconocimiento de Earth Day Network.

Agradecimientos especiales a los colaboradores Earth Day Canada, Earth Day San Diego, Earth Day Colorado, Michelle Ackermann, Paul Blackburn, Ian Burke, Carolyn Chase, Christopher Curtis, Mary Kay Dickinson, Heidi Van Genderen, Chip Giller, Kari Gray, Chris Klein, Frank Ordway, Lindsay Roitman, Deborah Taylor, Jan Thomas and Barbara Webster.

Copyright de las fotos, www.arttoday.com

Earth Day Network, Copyright 1994, 1995, 1998, 2000, 2001, 2004, 2007-02-22



Earth Day Network

www.earthday.net

1616 P Street, NW, Suite 340

Washington, DC 20036

Tel: 1-202-518-0044

Fax: 1-202-518-8794

Email: communications@earthday.net

TABLA DE CONTENIDOS

El Día de la Tierra en breve

- ¿Cuándo es el Día de la Tierra?
- Una breve historia del Día de la Tierra
- Marca la diferencia
- Juntos somos más fuertes
- CUADRO: El Día de la Tierra para una persona

Empezar: Plan para el éxito

- Sumérgete
- Crea una estructura organizacional
- Considera la Misión y el Mensaje
- Elige tu estrategia
- Conoce la materia
- Crea un sistema de comunicación y capacidad
- Haz que tu web site funcione para ti
- CUADRO: Usa internet para lograr tus metas
- Más herramientas de organización

Organizar proyectos para el Día de la Tierra

- Ferias de la Tierra
- Más sugerencias para Ferias de la Tierra
- Limpieza tras el evento
- Más ideas para proyectos del Día de la Tierra

Trabajar con voluntarios

- Encontrar voluntarios
- Hacer una invitación
- Reunirse con voluntarios
- Reclutar personas
- Establecer comités
- La importancia de asignaciones específicas
- Motivar a los voluntarios
- Desarrollar una agenda
- Hacer seguimiento: ¡Sé responsable!
- Consejos para reuniones

Recaudar fondos

- Crear un presupuesto
- Tipos de apoyo económico

¿Deberías convertirte en una entidad?
Unas palabras finales sobre recaudación de fondos

Trabajar con los Medios de Comunicación

Generar cobertura de prensa para tu mensaje a través de los medios
El mensaje
Qué dar a los medios
Establecer tu Programa de Medios
Cobertura de eventos, paso a paso
Oportunidades de comunicación adicionales

Conclusión

Apéndices: materiales útiles

A Principios de Justicia Medioambiental
B Modelo de Formulario de Información del Voluntario
C Modelo de Lista de Actividades para Voluntarios
D Modelo de Resolución del Día de la Tierra
E Modelo de Aviso a los Medios
F Modelo de PSP (Public Service Announcement) en la radio
G Organiza para la Tierra – Un puñado de consejos

EL DÍA DE LA TIERRA EN BREVE

¿Cuándo es el Día de la Tierra?

La fecha oficial del Día de la Tierra es el 22 de abril. Los eventos del Día de la Tierra se organizan normalmente en el fin de semana anterior o posterior al 22 de abril.

Muchas comunidades y grupos eligen organizar actividades medioambientales a lo largo de un periodo más largo, como la Semana de la Tierra o incluso el Mes de la Tierra, con eventos planeados a lo largo del mes de abril.

Independientemente de cuándo tengas tu celebración, lo más importante que tener en mente es: El Día de la Tierra es Todos los Días para Todos.

Una breve historia del Día de la Tierra

El Día de la Tierra del 22 de abril de 1970 vio el nacimiento del movimiento medioambiental moderno en Estados Unidos. El fundador del Día de la Tierra, Gaylord Nelson, entonces un senador por Wisconsin, recuerda su motivación para proponer la primera protesta medioambiental a nivel nacional: “El objetivo era organizar una demostración nacional de preocupación por el medio ambiente tan grande que conmocionaría el *establishment* político y forzaría que el problema fuera incluido en la agenda nacional. Era una apuesta arriesgada, pero funcionó”.

En aquel momento, los estadounidenses impulsaban sus masivos sedanes V8 con gasolina con plomo. La industria eructaba humo y lodo sin miedo de consecuencias legales o siquiera mala prensa. La contaminación



del aire era comúnmente aceptada como el olor de la prosperidad.

El Día de la Tierra lo cambió todo. El 22 de abril de 1970, 20 millones de estadounidenses tomaron las calles, parques y auditorios para manifestarse en nombre de un medio ambiente sano y sostenible. Dennis Hayes, el coordinador nacional, y su joven plantilla organizaron reuniones masivas de costa a costa. Miles de universidades protestaron contra el deterioro del medio ambiente. Grupos que habían luchado contra derrames de petróleo, depuración en mal estado, vertidos tóxicos, fábricas y centrales eléctricas altamente contaminantes, pesticidas, autopistas, la pérdida de zonas vírgenes y la extinción de especies salvajes se dieron cuenta de repente de que compartían valores comunes.

“Los conservadores estaban a favor. Los liberales estaban a favor. Demócratas, Republicanos e independientes estaban a favor. Así como los de dentro, los de fuera, las ramas Ejecutiva y Legislativa del gobierno” (*New York Times*).

El Día de la Tierra logró un raro alineamiento político, alistando apoyos de los dos principales partidos, de pobres y ricos, de urbanitas y granjeros, de líderes de empresas y de sindicatos. El primer Día de la Tierra llevó a la

creación de la Agencia de Protección Medioambiental de Estados Unidos, a la Clean Water Act y a la Endangered Species Act.

En 1990, el Día de la Tierra se hizo global, con la participación de 200 millones de personas de 141 naciones. Miles de actividades tuvieron lugar por todo el mundo, incluyendo manifestaciones, plantaciones de árboles, Ferias de la Tierra, limpiezas de ríos, eventos culturales e iniciativas patrocinadas por los gobiernos. Esta oleada de preocupación internacional por el medio ambiente elevó el status de los asuntos medioambientales a nivel mundial y llevó a algunos gobiernos a crear agencias de protección medioambiental.

Marca la diferencia

El Día de la Tierra se celebra ahora de manera generalizada en todo el mundo como una expresión colectiva de voluntad pública para crear una sociedad sostenible. Las actividades del Día de la Tierra educan y mobilizan a personas alrededor del mundo para la protección medioambiental. Inspira acciones a nivel personal, de comunidad, nacional e internacional.

Los eventos y programas del Día de la Tierra reavivan el compromiso público y suponen la participación de todos los sectores sociales. Países, grupos ciudadanos, gobiernos locales, negocios, barrios, escuelas, campus universitarios y grupos religiosos participan. Elecciones individuales y colectivas que reflejan valores medioambientales y agrandan el apoyo público dan como resultado cambios radicales.

El Día de la Tierra se ha convertido en un evento anual en muchas

comunidades. Es una gran oportunidad de unir a la gente para el bien común. A menudo, lanza proyectos que traen beneficios duraderos a esas comunidades.

El Día de la Tierra ayuda a expandir y fortalecer las redes ciudadanas. Muchas personas que han organizado eventos en el Día de la Tierra descubren que su inversión de tiempo y recursos trae importantes beneficios para los esfuerzos y objetivos de sus organizaciones.

Juntos somos más fuertes

La fortaleza del Día de la Tierra es la diversidad de personas en diferentes comunidades persiguiendo sus pasiones. Es una poderosa herramienta porque todo el mundo puede involucrarse.

Hemos aprendido que los eventos locales que funcionan mejor son aquellos en los que los organizadores motivan a sus compañeros para tomar decisiones importantes, ser creativos y soñar sus sueños más grandes para el Día de la Tierra.

No intentes hacerlo solo- es la ruta más segura para quemarte. Anima a otros para que asuman papeles de liderazgo. Delega. Comparte la emoción y la diversión, y crearás una campaña en la que el entusiasmo es contagioso.

EL DÍA DE LA TIERRA PARA UNA PERSONA

A mediados de los años 60, General Dynamics descubrió que su programa para el F1-11 Fighter Bomber tenía problemas cuando las alas se cayeron de su prototipo. Así que llamaron a Tom English, que tenía 30 años, para echar un vistazo al asunto. Sus habilidades para la resolución de problemas le ganaron rápidamente el respeto de sus colegas y un agradecimiento personal del Presidente Lyndon B. Johnson.

Tras varios años de éxito en programas de reconocimiento top-secret, algo ocurrió que cambió la vida de Tom para siempre. El 22 de abril de 1970, mientras escuchaba la radio en el camino al trabajo, Tom escuchó los planes para la celebración local del Día de la Tierra. La noticia del evento despertó su curiosidad, y decidió tomarse el día libre. Pero después de dos horas de buscar el evento, Tom finalmente se rindió y se fue a la playa. Delfines y ballenas nadaban en el agua cerca de la orilla, y Tom se durmió poco a poco.

Soñó que era un hombre anciano con profundas arrugas en su cara, hablando con sus dos nietos. “¿Qué hiciste con tu vida?”, preguntaron. Él les habló del F1-11, pero ellos no parecían estar muy interesados, así que mencionó el cohete nuclear que había diseñado para llevar al hombre a Marte. Seguían aburridos, así que les preguntó: “¿Qué os interesa?”.

Ellos respondieron, “Cuando bebemos agua, nos enferma. Y el aire está tan mal que tenemos que llevar máscaras de oxígeno cuando salimos fuera. ¿Qué hiciste con estos problemas cuando eras joven?”.

Tom comenzó a llorar, y se despertó sobresaltado. Unos meses después dejó de trabajar para el ejército y volvió a la universidad para sacarse el título en Ingeniería Medioambiental. Tras recibir su Master, Tom pasó cinco años trabajando para la Agencia de Protección Medioambiental de Estados Unidos, estudiando la calidad del aire e implementando los standards federales. Su creencia en que no hay manera segura de disponer de los residuos nucleares de alto nivel fue una herejía al principio, pero al cabo de seis meses se había convertido en conocimiento común.

Desde entonces, Tom ha trabajado con la Asociación Americana del Pulmón, dirigido programas medioambientales para el Santa Clara Valley Manufacturers Group, y servido en los consejos de dirección de varios grupos medioambientales locales. Ahora “retirado”, Tom ha dado más de 500 discursos sobre especies amenazadas y la importancia de la biodiversidad.

EMPEZAR: PLAN PARA EL ÉXITO

¡Ha llegado el momento de empezar a organizarse! El Día de la Tierra da oportunidades de todos los tamaños.

- Usa el Día de la Tierra para lanzar una campaña o un proyecto en curso.
- Planea un evento educacional, como una Feria de la Tierra, que una a los ciudadanos preocupados de tu comunidad para aprender acerca de asuntos medioambientales y acciones que pueden llevar a cabo para ayudar.
- Organiza un evento artístico para la celebración del Día de la Tierra.
- O hazlo todo junto –lanza un proyecto medioambiental en el Día de la Tierra, o reconoce los logros del pasado año, en tu evento del Día de la Tierra.

Sumérgete

Trabaja en el marco de un esfuerzo existente o comienza el tuyo propio. Comienza averiguando lo que ya está siendo planeado en tu comunidad:

- Mira la web de Earth Day Network en www.earthday.net para ver los últimos listados de eventos planeados y para buscar contactos y organizadores en tu área.
- Llama a grupos medioambientales locales y pregunta qué están planeando.
- Organiza una reunión de puesta en marcha para identificar posibles socios. Invita a las organizaciones o grupos existentes en la comunidad que



podrían estar planeando un evento del Día de la Tierra, o que pudieran estar interesados en ayudar con uno. Crea un comité de dirección.

- Si haces planes para un evento del Día de la Tierra, ve a “List your Event” en la web de Earth Day Network www.earthday.net

Crea una estructura organizacional

Si eliges hacer equipo con otros organizadores y establecer vuestro propio grupo del Día de la Tierra, considera formar comités para supervisar funciones básicas. Los comités podrían cubrir las siguientes áreas:

- Planeamiento del proyecto/evento
- Recaudación de fondos
- Materiales, publicidad y alcance público

Puede ser útil crear un comité de dirección compuesto de los líderes de cada uno de los subcomités. Esto ayuda a asegurar comunicación efectiva y coordinación para lograr los objetivos comunes.

Considera la Misión y el Mensaje

Cuando lances tu campaña, organízate alrededor de dos o tres conceptos básicos y repítelos incansablemente. Refiérete al “Día de la Tierra 2007” y remarca cualquier conexión local a las iniciativas de Earth Day Network www.earthday.net

Sea cual sea la acción que empieces, estate absolutamente seguro de que el público entiende exactamente cuál es tu postura. Haz tu mensaje tan claro que no pueda ser distorsionado. Repite tu mensaje en cualquier oportunidad. Aunque tú te canses de decirlo, otros lo están oyendo –realmente oyéndolo- por primera vez.

Elige tu estrategia

Identifica tus metas y objetivos para el resultado. ¿Cómo los lograrás? ¿Te centrarás sólo en en trabajo de bases? ¿Contratarás personas? ¿Tu campaña hará uso extensivo de medios pagados, o intentarás generar prensa gratis creando interés local? ¿Incluirá tu estrategia el construir una coalición, mantener una identidad separada, o ambas?

Hay muchas formas de crear tu estrategia. Junta a tu comité de dirección y elige el plan de acción que mejor se adapte a vuestras necesidades.

Conoce la materia

Educa a ti y a otros acerca de tu campaña. Ya existe mucha buena información –no trates de reinventar la rueda.

En la página web de Earth Day Network, www.earthday.net, encontrarás información y links que pueden ayudarte.

Crea sistemas de comunicación y capacidad

Crea sistemas de organización que vayan a ayudar a tu campaña o evento. A medida que las cosas van rodando, querrás estar seguro de que puedes hacerte cargo de la creciente carga de trabajo. Un aspecto importante de la creación de buenos sistemas y creación de capacidad es tener excelentes herramientas de comunicaciones (lee abajo), tanto dentro de tu campaña como para la audiencia con la que esperas comunicarte.

Un buen sistema de comunicación es una herramienta organizacional esencial. Buenas rondas de *feedback* y métodos de distribución te ahorrarán mucho tiempo a largo plazo. Aquí van algunas cosas esenciales:

- Asegúrate de que tienes una buena lista de email o teléfono para contactar con miembros clave de tu equipo en un momento
- Ten una lista de contactos con nombres, números de teléfono y direcciones de email de tu plantilla y voluntarios
- Crea una base de datos desde la que sacar tu lista de contactos y desglosa la lista de forma útil
- Usa email, pues es rápido y asequible, para comunicar las reuniones, eventos y noticias importantes
- Establece listas de distribución de email. Tanto listas de una como de dos direcciones pueden ayudar mucho a facilitar la comunicación
- Crea un sitio web apropiado para tu audiencia –las personas a las que estás intentando llegar.

Haz que tu web site funcione para ti

Los programas de software ahora ofrecen opciones que facilitan al usuario el diseño de su propio sitio web. La mayoría de los proveedores de servicios de Internet también ofrecen opciones de diseño web para principiantes a un precio razonable. Consiera el reclutar voluntarios de una universidad local para ayudarte a empezar.

Un poco de precaución: asegúrate de que tu estrategia web tiene relación con el resto del trabajo que estás realizando. Es posible que un sitio web sea de escasa utilidad para tu organización y que los esfuerzos para crear una presencia en la web estén mejor destinados a otra parte.

Si decides seguir adelante con la web y tienes un presupuesto limitado, mantente pequeño y centrado, y luego desarrolla el sitio con el tiempo. Empieza con un logo, la declaración de principios, un resumen de los proyectos y la información de contacto.

USA INTERNET PARA LOGRAR TUS OBJETIVOS

Con cada vez más gente on-line, los activistas tienen una gran oportunidad para informar y movilizar a las personas por una buena causa. Sin embargo, muchos activistas, aunque intuitivamente sienten el potencial de esta tecnología, están inseguros de cómo aplicar el poder del networking electrónico a su trabajo.

El networking online es sobre todo y ante todo una herramienta para comunicarse más efectivamente con tu audiencia existente. Aquí hay algunas sugerencias para usar el networking electrónico para llevar más lejos tu activismo medioambiental:

- *Reúne direcciones de email de tus miembros, voluntarios, signatarios de peticiones, etc. Pide las direcciones de email cuando pidas el teléfono, fax o direcciones postales.*
- *Establece listas de direcciones para tus miembros online y úsalas para:*
 - o *Diseminar información general sobre tus asuntos y actividades*
 - o *Activar a las personas responsables de las “alertas de acción” y otras peticiones*

Esto te dará un simple mecanismo para mantener a tus miembros on line informados, y para llamar a tus ardientes activistas cuando se necesite acción.

- *Establece listas de discusión para facilitar la comunicación entre el personal, la dirección y voluntarios clave, y para comunicarte con colegas en asuntos específicos o áreas geográficas. Listas de discusión interactivas consumen más tiempo que listas de distribución unidireccionales, pero si se gestionan bien pueden ser un medio de comunicación altamente productivo.*
- *Crea un sitio web que se centre inicialmente en proveer información (y en solicitar acción) de los miembros existentes y activistas clave. Construye una base sólida para el activismo online entre las personas más interesadas en tu trabajo, y luego expándela al público general a medida que tu maestría aumenta.*

(Adaptado de “An Activist’s Strategy for Effective Online Networking” by OneNorthwest)

Más herramientas de organización

Proclamaciones

Son una manera barata y efectiva de iniciar la campaña en el ámbito de gobierno en cualquier ciudad, condado o estado: invita al gobernador, alcalde, miembros del concejo de la ciudad, del consejo de supervisores, del distrito escolar o de cualquier otro organismo oficial para que publiquen una proclamación del Día de la Tierra. (Ver apéndice). Manda a los cargos la proclamación propuesta e invítalos a que la aprueben en su próxima reunión. Puedes intentar que la proclamación sea presentada en una reunión pública, para dar la oportunidad de que se conozca el Día de la Tierra.

Lobbying

Otra manera de organizarse para el Día de la Tierra es hacer presión para que se apruebe una resolución, ordenanza o ley que ayude al medio ambiente. Tu activismo puede ser incorporado a los eventos y campañas del Día de la Tierra, o ser gestionado desde un comité distinto.

- Registra a la gente para votar. Asegúrate de siempre tener a mano formularios para el registro de votantes.
- Conoce a tus legisladores locales o a los miembros del Concejo. Crea un directorio con el teléfono, fax, dirección de email y webs. Esta información se encuentra normalmente en Internet. La mayoría de periódicos importantes también

publican índices de cargos públicos.

- Considera montar la estrategia de lobbying coincidiendo con la planificación de eventos. Esto puede ayudar a generar apoyo de importantes redes sociales y políticas.

Aquí van algunas ideas para comenzar. Puedes hacer lobby en persona, por teléfono, por carta, por peticiones y por email.

Para hacer presión sobre individuos y grupos:

- Decide sobre quién vas a hacer presión, y establece una agenda. Planea una reunión con tus representantes electos para hablar del Día de la Tierra y de tu esfuerzo local. También puedes considerar el solicitar reuniones con tu gobernador, alcalde, miembros del Concejo, el presidente de la cámara de comercio local y/o presidentes de compañías locales.
- Haz que un grupo pequeño pero diverso vaya a esas reuniones para ilustrar tu amplia base de apoyo.
- Ve bien preparado. Planea por adelantado quién liderará la reunión y quién dirá qué.
- Utiliza una hoja de datos y otros materiales de apoyo para asegurarte de que tienes un mensaje claro. Sin embargo, no lles tantos materiales como para que la gente con la que te reúnas se asuste y no los lea.
- Ofrece soluciones concretas para cómo los líderes cívicos pueden ayudar a lograr una transición

- rápida a la energía limpia. Pide auditorías de energía de la ciudad y el estado para identificar reducciones potenciales en el uso de energía que beneficien a los usuarios, a los presupuestos municipales y estatales y al medio ambiente.
- Viste de forma respetable y sé puntual.
 - Informa a tus representantes y líderes locales de que seguirás contactándolos hasta que se ocupen adecuadamente de los asuntos que planteas.
 - Aprovecha la oportunidad de plantear dichos asuntos en reuniones públicas en las que los legisladores puedan estar presentes. Ve a las reuniones públicas de tus representantes, haz preguntas y organiza a amigos y voluntarios en el público para que hagan lo mismo.
 - Llama a la gente, organiza una campaña para escribir cartas o celebra un evento.
 - Si el legislador aparece en un programa de televisión o radio locales, llama y haz preguntas. Organiza a otros para que hagan lo mismo.

Reuniones públicas y acciones

Puedes hacer presión indirectamente sobre los cargos públicos mediante acciones que hacen que el público se fije más en las energías limpias.

- Ve a las reuniones públicas, para que se hable del problema. Habla sobre él públicamente y genera entusiasmo. Apoya a tus aliados políticos –muéstrales que los

habitantes de su distrito electoral apoyarán a los líderes que hagan lo correcto. Ten pins o pegatinas del Día de la Tierra para seguidores. Lleva hojas informativas, hojas de firmas y otras informaciones útiles.

- Pon un anuncio en un periódico local. Explica el problema y anima a la gente a ponerse en acción (llamadas de teléfono, cartas, e-mails, etc.) Asegúrate de que tu anuncio está bien diseñado, con elementos gráficos que enfatizen el texto clave. Confirma dónde irá colocado, de modo que no sea arrinconado donde pocas personas puedan verlo. Incluye información de contacto para que la gente pueda encontrar más información sobre tu campaña.
- Organiza un mitin o marcha con tus seguidores. Envía una nota de prensa para publicitar lo que vas a hacer y el porqué, y la fecha del evento. Incluye información de modo que los seguidores puedan contactarte para ayudar. Si es posible, ten disponibles pancartas, pegatinas, peticiones y hojas informativas.

Cartas, peticiones e e-mail

Puedes organizar una campaña de lobbying mediante comunicaciones escritas. Es una buena forma de comenzar atrayendo interés a tu causa. Las cartas personalizadas son la forma más efectiva de comunicación, aunque también puede ser valioso el organizar una petición de firmas o una campaña de e-mail. En todos los eventos ten una mesa para escribir cartas con ejemplos.

ORGANIZAR PROYECTOS PARA EL DÍA DE LA TIERRA

Únete a otras personas y haz que ocurran grandes cosas para la Tierra.

Ferias de la Tierra

Las Ferias de la Tierra son eventos divertidos y educativos que fomentan los esfuerzos de la comunidad local. El incluir comida y música crea una atmósfera festiva y puede aumentar tus posibilidades de tener un evento divertido y exitoso.

Intenta que tus eventos sean de naturaleza diversa. Sí, sé entretenido, excitante y divertido, pero no te olvides de buscar la sustancia.

Cualquiera puede ayudar a organizar una Feria de la Tierra. Grupos medioambientales, organizaciones de servicio, clubs ecológicos, grupos religiosos, negocios u otros grupos de la comunidad son grandes sitios con los que empezar. Invita a estos grupos a tu reunión de planeamiento, y averigua qué objetivos tenéis en común. Sé incluyente, reparte las responsabilidades y comparte tus éxitos!

Así es como puedes empezar:

- **Convoca una reunión.** Invita a la gente a una reunión. Crea panfletos con la fecha, hora e indicaciones de cómo llegar. Puedes tener la primera reunión en tu casa, el centro cívico o la biblioteca. Invita a personas que conoces y contacta con organizaciones medioambientales en la guía telefónica local.

En la reunión, haz que todo el mundo se registre con sus nombres, su dirección postal y de e-mail y sus números de teléfono. Pide a la gente que se presente



y diga qué les ha motivado para ir a la reunión. De esta forma podrás determinar lo que la gente quiere conseguir, los proyectos que quieren afrontar y los recursos disponibles.

- **Encuentra un lugar de reunión.** Identifica un sitio para tu Feria de la Tierra. Considera una escuela, un parque o algún otro lugar público. Asegúrate de que, si tu Feria de la Tierra necesita un permiso, mandas toda la documentación pronto para asegurarte de que tu evento no será retrasado por problemas administrativos.
- **Considera la disponibilidad de aparcamiento y al acceso al transporte público.** Piensa en dónde y cómo la gente aparcará, incluyendo si hay aparcamiento para bicicletas. Si es posible, encuentra un lugar que permita a la gente usar transporte público para ir a la Feria de la Tierra y volver.
- **Encuentra una fuente de electricidad.** Calcula cuánta electricidad vas a necesitar.

- ¿Estarán todos los puestos de comida y entretenimiento cerca los unos de los otros, de modo que se puedan conectar a la misma fuente? (Considera el usar fuentes de energía renovables. ¿Es la energía solar una opción para tu evento?
- **Planea el escenario.** Piensa sobre el escenario y planea cómo crear una logística sin problemas para tu Feria de la Tierra. ¿Dónde irán la música y el entretenimiento? Querrás asegurarte de que los oradores y artistas puedan ser acomodados con los mismos micrófonos y otro equipamiento de sonido.
 - **Planea la comida.** La comida es una característica divertida en cualquier evento y puede ser una buena fuente de dinero. Todo el mundo come, a menudo con consecuencias medioambientales de largo alcance. Considera el ofrecer alimentos que tengan menores consecuencias medioambientales dañinas, como productos vegetarianos y orgánicos.
 - **Da información.** Invita a que grupos medioambientales y negocios verdes pongan puestos en tu Feria de la Tierra. La mayoría de organizaciones tienen cantidad de literatura sobre los asuntos que les preocupan. Si los invitas con tiempo, muchos grupos cogerán al vuelo la oportunidad de de publicitar su causa poniendo a gente en un puesto en tu Feria de la Tierra.

Ten en cuenta que puede haber otros grupos planeando su propia Feria de la Tierra. Si es así, pregúntales si les gustaría unir esfuerzos, o al menos colaborar compartiendo ideas.

¡Recuerda predicar con el ejemplo! Tu evento del Día de la Tierra debería tener el mínimo impacto medioambiental posible. Cuando se necesite limpiar, asegúrate de que voluntarios trabajen en la limpieza todo el día, y designa un Eco-Equipo del Día de la Tierra para hacer limpieza al final del día (Para saber más acerca de limpieza, ve a la página 14).

Más sugerencias para Ferias de la Tierra

1. **Publicidad.** ¡No olvides publicitar tu evento! La publicidad es tan importante como el evento en sí. Anúncialo pronto y en todos los medios posibles (Para saber más acerca de publicidad para eventos, ve a *Trabajando con los medios*).
2. **Merchandise.** Las camisetas y otros objetos del Día de la Tierra son muy populares en las ferias. Con los beneficios de la venta puedes ayudar a financiar tu evento.
3. **Personal.** Algunos trabajos requieren habilidades especiales. Por ejemplo, puede que tengas que contratar a alguien para ayudar con la instalación del escenario y equipamiento, o para manejar la mesa de sonido.
4. **Carpas.** Los eventos al aire libre necesitan carpas para proteger los

- puestos y a las personas de la lluvia o el sol. Una tarifa para expositores puede ayudarte a cubrir el coste de las carpas.
5. **Exhibiciones.** Presupuesta dinero para la creación de displays interactivos y actividades. Pueden ser desde paneles de cartón con pestañas que descubren respuestas, hasta preguntas de trivial sobre energía, pasando por maquetas que muestren cómo las energías solar, eólica e hidráulica funcionan. ¡Sé creativo!
 6. **Tarifas de expositores.** Para ayudar a cubrir tus costes de producción, considera el cobrar una tarifa de exposición realista. Ten una tarifa para organizaciones sin ánimo de lucro y otra para negocios. Diseña las tarifas de manera que tus carpas, mesas y sillas estén cubiertas, con suficiente dinero restante para pagar el sistema de sonido, los retretes portátiles y el seguro.
 7. **Mesas y sillas.** Los expositores necesitarán mesas y sillas. Normalmente tu proveedor de carpas también las puede proveer por un pequeño coste adicional. Incluye ese coste en la tarifa de expositores.
 8. **Sonido.** Muchos artistas tienen sus propios sistemas de sonido. Averigua lo que los demás utilizan y lo que vas a necesitar suministrar. Mira las tarifas locales para alquiler de equipos de sonido.
 9. **Entretenimiento/Música.** Pide a todos los artistas que te den un mapa del escenario para los micrófonos y el atrezzo. Esto te ayudará a planear el diseño del escenario. A menudo los músicos y oradores no cobran o cobran tarifas reducidas para un evento del Día de la Tierra.
 10. **Voluntarios.** Ten montones de voluntarios a mano para ayudarte con todo, desde la instalación hasta la limpieza. Identifícalos dándoles pins, gorras, camisetas o tarjetas con sus nombres. Darles comida y bebida es bueno, aunque no esencial si vas ajustado de dinero (Sigue leyendo, encontrarás muchos consejos para *Trabajar con Voluntarios*).
 11. **Seguridad.** Los voluntarios normalmente pueden proveer buena seguridad. Si tu evento va a ser grande, quizás quieras tener seguridad privada o policías fuera de servicio para ayudar. Normalmente cobran una tarifa por hora. Asegúrate de que las firmas privadas están aseguradas y obligadas a asumir responsabilidad por sus empleados (NOTA: Si consigues que el ayuntamiento y/o el condado co-esponsoricen tu evento, puede que provean seguridad gratis).
 12. **Seguro.** Eventos especiales pueden requerir seguro adicional, así que compruébalo con el dueño del lugar. Acceder a una póliza puede ser tan sencillo como conseguir una extensión de una póliza de una de las organizaciones participantes, o puede que necesites un seguro para eventos especiales de un día.
 13. **Retretes portátiles.** “Port-a-Totties” son esenciales para un evento al aire libre. Puedes

- obtenerlos gratis del Departamento de Residuos local. Si no, negocia una tarifa reducida.
14. **Contenedores de basura y reciclaje.** Habla con tu centro de reciclaje local para tener contenedores para reciclar papel, vidrio y plástico en el lugar del evento. Para materiales no reciclables, asegúrate de que tienes suficientes contenedores de basura en sitios estratégicos alrededor de la Feria de la Tierra. Habla con tu departamento de sanidad o de gestión de residuos para asegurarte de que conoces todas las medidas necesarias para mantener tu Feria de la Tierra lo más limpia posible.
 15. **Primeros Auxilios.** Asegúrate de tener al menos un kit de primeros auxilios completo a mano durante tu Feria de la Tierra.

Limpeza tras el evento

La conclusión de tu proyecto o evento no es el final de tu aventura del Día de la Tierra. Una limpieza medioambientalmente sostenible es crucial para tu experiencia del Día de la Tierra. No seríamos fieles al espíritu del Día de la Tierra si no hiláramos fino para asegurarnos de que no hay ninguna evidencia de nuestra presencia después del evento.

Éstas son algunas de las cosas que puedes hacer para asegurarte de que este último e importante proyecto del Día de la Tierra es exitoso:

1. Asigna a un Eco-Equipo especial la tarea de limpiar

- todo rastro de tu proyecto/evento.
2. Establece un centro de reciclaje en el sitio para separar tus materiales a medida que se van tirando. Asegúrate de que los contenedores están claramente marcados. Comprueba con tu centro de reciclaje local qué materiales aceptan y cuáles deberían ser separados.
 3. Cuando sirvas comida, en eventos pequeños, considera usar platos y vasos donados que pueden ser fregados, en lugar de desechables que se tirarán.
 4. Ten suficientes bolsas de basura a mano para la limpieza.
 5. Recuerda que limpiar es sólo parte de tu plan de partida. Las áreas que hayan sido levantadas deberán ser restauradas. Cualquier planta desenraizada o pisoteada deberá ser replantada o deberás plantar nuevas semillas. Los senderos de piedra o madera deberán ser inspeccionados para asegurar que no hayan sido destruidos.

Más ideas para proyectos del Día de la Tierra

Organiza un desfile. Organiza un Desfile de la Energía, Desfile de la Tierra o Desfile de los Niños de la Tierra. Incluye vehículos alternativos y flotas no motorizadas.

Organiza un concurso. Organiza un concurso de posters, redacción, poesía,

diseño de camisetas, fotografía o arte con un tema de energía limpia o cualquier otro tema medioambiental. Necesitarás una ubicación central y una persona de contacto para recibir las piezas participantes. Para concursos de posters y redacciones, manda avisos a las escuelas y grupos juveniles. Tus avisos deberán anunciar el tema, los premios, las reglas del concurso, la elegibilidad y las fechas de entrega. Puedes celebrar la ceremonia de entrega de premios en un evento culminante e invitar a negocios o individuos locales a que donen premios para diferentes grupos por edad (Sólo recuerda que si recibes varios cientos de redacciones, alguien tiene que leerlas y evaluarlas!).

Educa a tu comunidad. Ayuda a montar una exhibición del Día de la Tierra en tu biblioteca local, tu lugar de reunión religioso o tu supermercado.

Planta árboles. Organiza un proyecto de plantación de árboles en tu barrio o en una escuela local. Educa a tus voluntarios sobre los efectos de los árboles en el medio ambiente. Entre sus muchos beneficios, los árboles absorben dióxido de carbono, el principal gas de efecto invernadero (que atrapa calor). Dile a Earth Day Network cuántos árboles vas a plantar contactándonos en rose@earthday.net. ¡La campaña de *Árboles alrededor de América* quiere saber qué haces!

Crea un mapa verde de la comunidad. Un mapa verde señala todos los bienes medioambientales de tu comunidad, como parques, centros de reciclaje, mercados de granjeros, tiendas de segunda mano, estaciones de transporte público y tiendas que venden

productos orgánicos y otros productos medioambientalmente sensibles. Mira la web de Green Map System, www.greenmap.com.

Marcha por los parques. La Asociación de Parques Nacionales y Conservación creó la Marcha por los Parques en 1990 como un evento nacional para beneficiar a los parques y espacios abiertos de Estados Unidos. El evento, que tiene lugar anualmente en el fin de semana del Día de la Tierra, educa al público y recauda fondos para los parques. Para registrar un evento de la Marcha por los Parques, manda un email a MFP@npca.org, o visita www.npca.org.

Organiza un proyecto para medir la calidad del agua en una vía fluvial local. Para conseguir materiales educativos, plantillas para alcantarillas para tormentas y un kit de control de calidad del agua fácil de usar, contacta con Global Rivers Environmental Education Network (GREEN), www.green.org/resources/. Para saber más del programa *Agua para la Vida* de Earth Day Network, visita www.earthday.net.

TRABAJAR CON VOLUNTARIOS

Tanto si estás trabajando con un grupo local ya existente como si deseas comenzar un nuevo proyecto del Día de la Tierra en tu comunidad, necesitarás reclutar y gestionar un equipo de voluntarios para lograr tus objetivos.

Encontrar voluntarios

El Día de la Tierra es una oportunidad ideal para ciudadanos interesados que no han sido voluntarios antes. ¡Sólo necesitas invitarlos! En algunos proyectos, los voluntarios lo hacen todo, incluyendo la planificación, la logística, la ejecución y el seguimiento.

Las siguientes pautas te ayudarán a desarrollar y mantener un equipo de voluntarios fuerte.

Hacer una invitación

Invita a tu reunión a tanta gente de tu comunidad como puedas. Asegúrate de que hay avisos en todas partes. Normalmente puedes conseguir el uso de un lugar de reunión a través de las congregaciones religiosas locales, escuelas, bibliotecas o negocios concienciados. Manda una nota a los periódicos locales anunciando que vas a organizar una reunión para organizar un evento del Día de la Tierra a una hora y en un lugar, y que todo el mundo está invitado a asistir.

La clave del éxito para encontrar voluntarios es mandar invitaciones que provoquen que la gente responda.

Los métodos de invitación incluyen:

- **De persona a persona.** (En reuniones o por teléfono). Si no



puedes reunirte cara a cara, no hay nada mejor que una llamada de teléfono!!

- **Visual.** (Folletos y/posters en el correo, en las oficinas postales de estudiantes, en tiendas o en oficinas de negocios).
- **Medios de comunicación.** (Periódicos, radio y TV).
- **Newsletters**
- **Email**
- **Correo personalizado y/o extender la palabra mediante una organización amiga**

Averigua cómo la gente supo de tu reunión a mano alzada o distribuyendo una encuesta: anuncio en el periódico, folleto, mediante un amigo, anuncio en la radio, etc. Ésta es información útil sobre qué métodos son más efectivos para encontrar voluntarios.

Recuerda: *¡Extiende la palabra y sé accesible!*

Reunirse con voluntarios

- Comienza cada reunión presentándote y dando la bienvenida a los participantes. Si es una reunión pequeña, pide a todos que hagan una pequeña introducción (por ejemplo, sus nombres y una breve mención de lo que los trajo a la reunión).

- Si es posible, ten un listado de temas impreso y preparado para pasarlo, o cuelga un listado grande en un caballete.
- Informa a los participantes del plan para la reunión (Por ejemplo, “Primero, voy a hablar un poco del Día de la Tierra. Después, Susan describirá los proyectos en los que estamos trabajando...”).
- Da a los asistentes un poco de información sobre tu organización y tus proyectos. Recuerda, puede que algunos de ellos acaben de haber oído hablar de tu grupo.
- La siguiente parte de la reunión dependerá de dónde estés en el proceso de planificación. Si sólo estás formulando planes, puedes invitar a los participantes a una tormenta de ideas, animando a que tengan pensamientos visionarios para lograr que fluyan las ideas. Si has desarrollado un proyecto o plan específico, preséntalo en la reunión y pide opiniones. Asegúrate de que, si pides opiniones, estás verdaderamente abierto a sugerencias. Sé receptivo e incorpora buenas ideas del grupo siempre que puedas.

Reclutar personas

En tus reuniones, pasa siempre una hoja para que la gente se inscriba con su nombre, número de teléfono, número de fax, dirección de email y dirección de casa. Después de la reunión, pide a los voluntarios que rellenen un formulario informativo y que se apunten a tareas específicas que estén dispuestos a desempeñar. Una forma de hacer esto es

escribir los nombres y breves descripciones de las tareas en hojas de papel y pegarlas por la sala, y luego dejar que la gente se inscriba.

Para simplificar y organizar el reclutamiento y el seguimiento, usa un formulario de información del voluntario. El formulario debería incluir el nombre, dirección, números de teléfono de día y de noche, habilidades e intereses especiales y trabajos y papeles que al voluntario le gustaría asumir (Mira el formulario modelo en el Apéndice). Puede que quieras desarrollar una base de datos de voluntarios para emparejar las tareas con las habilidades de la gente.

Establecer comités

Considera el designar comités para repartir el trabajo. Varios comités pueden surgir para trabajar por separado en proyectos que interesan a individuos concretos. Un comité de eventos puede trabajar con un comité de comunicación para producir un calendario en el que estén reflejados todos los eventos y fechas límite. Una vez que todas las actividades y fechas límite estén listadas, todos pueden ir al calendario para tener claro lo que cada uno está haciendo, dónde, cuándo y por qué.

La importancia de asignaciones específicas

Sé organizado mientras buscas voluntarios y prepárate para ofrecer asignaciones específicas. Una de las maneras más sencillas de perder voluntarios es conseguir que se exciten sobre un proyecto y después no tener una tarea específica que darles. Este consejo, sin embargo, no significa que tengas que tener todos los detalles previstos con

antelación; ayudar con la planificación es una parte substancial de muchas de las tareas de los voluntarios.

Es esencial tener las ideas lo suficientemente definidas como para que cada persona sepa a lo que se ha comprometido y cuándo necesita hacerlo. Asegúrate de que cada tarea tenga una fecha límite para su finalización.

Motivar a tus voluntarios

La gente se hace voluntaria porque quiere marcar la diferencia y porque quieren involucrarse en algo más grande que ellos mismos. Uno de los principios principales del Día de la Tierra es que todos podemos marcar la diferencia. Deja que los voluntarios contribuyan con sus propias ideas. Nadie quiere estar en un equipo en el que nunca pueden decir nada. Siempre que sea posible, incorpora las ideas de los voluntarios en la visión general de tu proyecto.

Una herramienta importante para mantener una base de voluntarios activa y energética es el reconocimiento. Reconoce las contribuciones de la gente y su generosidad al regalar su tiempo. También puedes buscar formas de dar las gracias a tus voluntarios mediante cenas o fiestas, certificados, cartas a sus patrones o consejeros escolares, o reconocimiento público.

Si tienes un coordinador de voluntarios, hará tu trabajo a este respecto mucho más fácil. ¡Él o ella tiene que amar a la gente y estar al teléfono!

Asigna a la persona adecuada para cada tarea. No trates de hacer que un voluntario desempeñe un trabajo que sientas que no quiere hacer; probablemente no salga bien. De hecho, asegúrate de que los voluntarios tienen la

oportunidad de declinar o volverse atrás en un acuerdo. La culpa es un pobre motivador.

Desarrollar una agenda

Desde el comienzo, asegúrate de crear fechas de finalización claras y alcanzables –permite a tus voluntarios tener éxito permitiendo una cantidad justa de tiempo para producir los resultados deseados. Comprueba con los voluntarios cada cierto tiempo que todo se está desarrollando de acuerdo al plan.

Conoce cuánto tiempo necesitas, y hasta cuándo. Pide a tus voluntarios compromisos unas semanas o un mes antes de tiempo, si es posible. Esto te dará tiempo a reaccionar y buscar reemplazos si ocurre algo inesperado.

Hacer seguimiento: ¡Sé responsable!

Estructurar equipos o grupos de voluntarios hace el trabajo más divertido y puede prevenir el agotamiento. Sin embargo, es importante que una persona sea responsable de cada tarea. Esto no significa que él o ella haga todo el trabajo, sino sólo que es responsable de que el trabajo se haga.

Una manera de hacer que las cosas avancen es asignar capitanes para cada tarea –quizás voluntarios con más experiencia o personas en prácticas que conocen bien la organización. Ellos pueden ser tus ojos y oídos para ciertas tareas, ayudando a que las cosas vayan más deprisa. Pueden informarte de cuándo el trabajo está terminado o de cuándo podrían necesitar atención extra.

Sé tú mismo responsable, y sienta un buen ejemplo para que tus voluntarios sean responsables. Asegúrate de que

todos conocen con claridad sus tareas y fechas límite.

Una corriente de pensamiento dice que los voluntarios no pueden ser responsables porque no se les paga. Esta idea es la receta para el desastre. Los voluntarios con los que trabajarás responderán bien a las responsabilidades que se les confien.

Consejos para reuniones

- **Haz que la reunión avance.** Los debates tienen tendencia a estancarse cuando las personas se esfuerzan por resolver un asunto menor. Si sientes que eso está ocurriendo, interrumpe educadamente y pide a los participantes que hablen contigo al final de la reunión para resolver el asunto de turno.
- **Pregunta si hay preguntas con frecuencia** a lo largo de la reunión.
- **Siempre agradece o reconoce a los participantes cuando hagan una pregunta** (“Gracias por preguntar” o “Es una buena pregunta”, etc.) Dicho reconocimiento abre el grupo y anima a la participación.
- **Deja 15 minutos al final** para preguntas y comentarios, de modo que los voluntarios puedan clarificar o explorar asuntos tratados en la reunión.

(Para más sugerencias sobre cómo dirigir una buena reunión, lee The Makings of a Good Meeting, de Kevin Wolf)

RECAUDAR FONDOS

Muchos de nosotros somos reacios a pedir ayuda y, especialmente, a pedir dinero. Sin embargo, recaudar fondos es una parte necesaria de muchos proyectos cívicos.

Desde el principio, ten una idea clara de lo que necesitas para llevar a cabo tu proyecto o evento. Comienza a trabajar para hacer de tu visión una realidad.

Hay una gran diferencia entre decir a los donantes potenciales que estás haciendo algo y decirles que quieres hacer algo y hablar de su potencial participación. Habla en términos definidos y específicos para transmitir que eres serio sobre tus planes. Esto significa describir exactamente para qué se utilizarán sus contribuciones y pedir una cantidad específica de dinero.

Aunque es importante pensar cuidadosamente acerca de la cantidad de una petición, apunta alto. Siempre puedes rebajarla, pero es casi imposible el subirla. Esta forma de hablar hará tu recaudación más efectiva.

Recuerda que las campañas y eventos del Día de la Tierra ofrecen oportunidades creativas para educar a la comunidad y poner tu organización o comité bajo la atención pública y generan oportunidades de patrocinio para organizaciones y negocios apropiados.

Crear un presupuesto

Lo primero que un organizador debe hacer es crear un presupuesto. Haz tu presupuesto realista –no demasiado alto, pero lo suficientemente alto como para lograr lo que te has propuesto. Planea cuidadosamente cuánto dinero necesitarás recaudar y en cuánto tiempo.



Muchos grupos y negocios están dispuestos a financiar y subvencionar eventos, o a donar objetos que se necesiten para un evento del Día de la Tierra. Considera en tu presupuesto qué cosas puedes esperar que sean donadas, siendo realista, y qué cosas tendrás que comprar.

Preparar un presupuesto puede parecer difícil, pero merece la pena el esfuerzo porque:

1. Ayudará a identificar tus necesidades exactamente;
2. Señalará vías para cubrir esas necesidades (a menudo no se necesita dinero, ya que muchos objetos pueden ser donados) y
3. Mostrará a los donantes eventuales que eres organizado y serio.

Es importante hacer un análisis de coste-beneficio antes de cualquier actividad de recaudación de fondos. Recaudar fondos cuesta dinero, pero sólo debería costar, como máximo, 25% del total recaudado. No te gaste \$75 para recaudar \$100.

Tipos de apoyo financiero

Peticiones de donaciones

Recaudar fondos mediante la petición de donaciones, tanto en efectivo como en especie, es la parte más importante de tu trabajo financiero.

Peticiones de persona a persona, llamadas de teléfono y peticiones por correo dan una gran oportunidad de educar a otras personas sobre la importancia de tu proyecto y conseguir apoyo para tus esfuerzos – financieramente y de otras formas.

Nada es más efectivo para recaudar fondos que el contacto cara a cara. Cuando éste no sea posible, las llamadas de teléfono pueden ser efectivas. Recuerda que dar información detallada es importante. A veces tendrás que comunicarte en una variedad de formas hasta que consigas una respuesta de un donante. Prepárate para responder todo tipo de preguntas sobre tu proyecto, incluyendo cómo usarás el dinero y quién más participa.

Es importante sentirse cómodo hablando de dinero; ésta es una de las claves del éxito. Piénsalo de esta manera: deberías estar orgulloso de pedir a los donantes que participen mediante la financiación de un proyecto que merece la pena.

Eventos de recaudación y Proyectos de Visibilidad

Considera celebrar un evento o proyecto para la recaudación de fondos. Están diseñados para: (1) aumentar la visibilidad y (2) generar el dinero que necesitas para asegurar el éxito de tu proyecto.

- Merchandise, como camisetas, pueden ser grandes productos para la recaudación de fondos y pueden costar tan poco como \$5 por camiseta, que se puede vender por \$10.
- Los beneficios pueden generar ingresos y publicidad para tu evento. Contacta una emisora de radio local o grupo musical para producir un concierto benéfico para tu comité. O anima a un restaurante o supermercado a donar un porcentaje de las ganancias de un día a tu comité. Publicita el evento a través de los medios, folletos y otros canales.
- Las ventas de merchandise donado, o incluso un buen mercadillo a la antigua usanza pueden beneficiar a tu grupo.
- Cenas, concursos de pasteles, limpiezas de vecindario, marchas, carreras de bicicletas, maratones... todos ellos pueden generar ingresos y visibilidad.

El gobierno local como un recurso

Invita al gobierno de tu ciudad y del condado a co-patrocinar tus actividades y deja claro lo que quieres que hagan. Si aceptan ser un co-patrocinador, quizás puedas aprovechar las cosas con las que las agencias gubernamentales pueden contribuir –seguridad, señalización, correos, relaciones públicas, lugares de reunión, coordinación y seguros.

Involucrar al gobierno local demuestra a la comunidad que hay un amplio apoyo para solucionar problemas medioambientales. El tener al alcalde o a los comisionarios del condado en el escenario contigo para las presentaciones y palabras de bienvenida significa estar

en la foto, para ellos y para ti. Esta participación mejora tu prestigio en la comunidad, y también te ayuda a transmitir el mensaje de que todos necesitamos trabajar juntos para solucionar los problemas medioambientales.

Apoyo de fundaciones

Las fundaciones privadas existen para dar apoyo a una gran variedad de proyectos. Estas fundaciones tienen criterios específicos para dar subvenciones y para el proceso de solicitud que necesitarás investigar antes de solicitar.

Una vez que hayas identificado las fundaciones que pudieran apoyar tu proyecto o evento, llámalas para pedir una solicitud de subvención y una copia de su informe anual.

Comités de recaudación

Si planeas trabajar con un comité de recaudación, bien para hacer peticiones individuales o para organizar un evento de recaudación de fondos, solicita un compromiso específico de cada miembro del comité. Por ejemplo, cuando crees un comité de eventos, reúne a 10 personas y pídeles que se comprometan a recaudar \$5.000 para el proyecto cada uno.

El comité de recaudación para tu evento tendrá que decidir si buscar asistencia financiera de los negocios de esa área. Puede que las empresas estén dispuestas a hacer donaciones caritativas, ofrecer anuncios, donar ayuda en especie o dar fondos en apoyo a las celebraciones del Día de la Tierra. Intenta averiguar si sus prácticas medioambientales las hacen “adecuadas” para patrocinar el Día de la Tierra (Algo para considerar: ¿han firmado los

principios de CERES – Coalition for Environmentally Responsible Economies- o son miembros de Business for Social Responsibility?)

Involucrar a las empresas locales

Muchas empresas están buscando oportunidades y tú puedes ofrecerles la ocasión! A menudo, las corporaciones y los negocios tienen campañas cuatrimestrales en las que patrocinan proyectos medioambientales. Las corporaciones también pueden designar empleados para ser voluntarios o trabajar en tu comité.

Además de contribuir con dinero o voluntarios, puede que las empresas donen servicios en especie. Por ejemplo, muchas compañías tienen instalaciones de impresión en las que puedas imprimir tus programas gratis o a precio reducido. Pide a los negocios locales donaciones de papel, de fotocopidora, de impresión, de correos, voluntarios, espacio de oficinas o teléfonos. Reparte las peticiones de modo que en vez de pedir a una compañía que done 10.000 copias, pidas a 10 compañías que donen 1.000 copias. Haz tu petición lo más específica posible. Comparte tu visión para tu proyecto de manera que entusiasme a las empresas involucradas.

¿Deberías convertirte en una entidad?

En Estados Unidos, para aceptar donaciones deducibles de impuestos, tienes que: (1) tener estatus de ONG en tu estado, o (2) encontrar una ONG local cuya misión esté alineada con el Día de la Tierra y te permita operar bajo sus auspicios (técnicamente, operarás como un proyecto de su organización). Para recibir estatus de ONG, debes

incorporarte como una corporación federal 501(c)(3). Esto lleva tiempo y dinero para hacer la solicitud.

Contacta con tus autoridades locales para averiguar el proceso que deberás seguir para convertirte en una entidad sin ánimo de lucro.

Algunas ventajas de convertirte en una entidad

- Podrás recibir donaciones libres de impuestos
- Los donantes podrán deducir sus donaciones de sus declaraciones de impuestos
- La mayoría de las subvenciones requieren que seas una entidad sin ánimo de lucro
- Podrás recibir correo al por mayor a precio reducido

Si decides solicitar el estatus exento de impuestos, necesitarás diferentes documentos y formularios (preguntar a tus autoridades locales).

También deberás proporcionar los estatutos de tu organización o tu misión, así como documentación sobre su historia y actividad, incluyendo métodos de recaudación de fondos e informes financieros.

¿Todo esto te parece demasiado? No dejes que el proceso te intimide. Tan sólo describe a tu organización en lenguaje sencillo. Demuestra amplio apoyo público para tu grupo.

Si no tienes un abogado en tu grupo o en tu consejo de dirección, encuentra a una persona que se encargue de supervisar el proceso hasta el final. Pide ayuda a un abogado local. Muchos donarán su tiempo a organizaciones sin ánimo de lucro cuyas misiones apoyan.

Unas palabras finales sobre recaudación de fondos

Pedir dinero puede ser una idea desalentadora. Ayuda el recordar que trabajar en actividades del Día de la Tierra cubre una necesidad vital para la comunidad y proporciona una manera de que la gente trabaje conjuntamente por el bien común.

Muestra orgullo por tu trabajo y no tengas miedo de informar a otros sobre tu proyecto. Cuando hablas con tus donantes potenciales, les das la oportunidad de participar de una manera significativa.

TRABAJAR CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Generar cobertura de prensa para tu mensaje a través de los medios

Hay dos maneras de conseguir cobertura de prensa para tu mensaje, organización o evento del Día de la Tierra: medios pagados (anuncios por los que pagas en televisión, radio, periódicos o revistas) y medios ganados (publicidad por la que no pagas, como artículos de periódico y reportajes de televisión). Esta sección trata exclusivamente con los medios ganados.

La cobertura ganada es una de las formas más efectivas de generar atención pública para tu proyecto, campaña o evento. A diferencia de la publicidad pagada, este tipo de publicidad es algo que cualquier organizador puede generar, sin importar lo limitado de su presupuesto. Sólo se necesita consistencia, habilidad y trabajo duro.

La mayoría de los medios de comunicación reciben mucha más información de la que pueden usar. Es importante presentar tu información de manera concisa, interesante, bien organizada y visualmente atractiva, con un estilo consistente y fácil de reconocer.

Aún más importante es establecer relaciones personales con miembros de los medios locales. Encuentra a un portavoz que tenga buenas y ya establecidas relaciones con los medios para tu equipo –o, al menos, una persona sociable, que conozca tu tema y el mensaje y pueda comunicarse de manera efectiva con periodistas y miembros del público.

El mensaje

¿Qué es aquello que quieres que la



gente conozca de tu organización, asunto o evento? Podría ser el tema de tu evento. Quizás sea un hecho que ilustra perfectamente la importancia de la cuestión. Sea lo que sea, esa cosa que quieres que la gente sepa y recuerde es tu “mensaje”, y debería estar incluido en todas las notas de prensa, todas las declaraciones a un periodista, toda pieza de material que produzcas –igual que tu logo. La repetición es la clave –una persona necesita escuchar tu mensaje entre 7 y 10 veces para que empiece a fijarse.

Piensa en las oportunidades limitadas que tendrás para comunicarte con el público a través de reportajes de periódico y televisión, cartas al director, editoriales, tus materiales promocionales y, en algunos casos, publicidad pagada. Es un verdadero reto de comunicación el llegar a la gente de forma frecuente y lo suficientemente consistente para que puedan recordar tu mensaje. La solución es crear un mensaje que resuene en la gente cuando lo escuchen, y repetirlo en absolutamente cada oportunidad. En el momento en que pienses que no soportas el repetir tu mensaje una vez más, la gente acaba de comenzar a oírlo.

Qué dar a los medios

Materiales para los medios- Básicos

Los materiales que prepares para los medios pueden ser de muchas maneras. A continuación hay algunas de las formas más comunes y efectivas de informar a la prensa acerca de tus actividades. Sigue estos simples pasos para una campaña de medios efectiva.

Aviso de medios

Un aviso se usa generalmente para alertar a los medios de que algún tipo de evento va a tener lugar. Es una comunicación directa que se manda a los medios con antelación al evento y da respuestas a preguntas generales: dónde y cuándo tendrá lugar el evento, qué ocurrirá y quién está involucrado.

Un aviso de medios debería:

- Llevar el membrete de tu organización
- Incluir un nombre y teléfono de contacto
- No ocupar más de una cara de una hoja
- Incluir una descripción general del evento, seguida de información logística
- Concluir con una descripción general de tu organización que los reporteros puedan utilizar
- Incluir “-30-“ o “###” en la parte inferior para señalar el final del aviso

Nota de prensa

Una nota de prensa se usa como un anuncio (pero no da detalles logísticos de un evento) o como un medio de

transmitir tu punto de vista. Es usada para dar a los medios información que tú crees que puedan encontrar interesante o noticiosa.

Las notas de prensa deberían:

- Llevar el membrete de tu organización
- Incluir un nombre y teléfono de contacto
- No ocupar más de dos caras
- Alternar párrafos que den información sobre el contexto con citas cortas y concisas de portavoces interesantes que transmitan tu mensaje y punto de vista
- Concluir con una descripción general de tu organización que los reporteros puedan utilizar
- Incluir “-30-“ o “###” en la parte inferior para señalar el final de la nota de prensa

Establecer tu programa de medios

La lista

Recopila una lista u obtiene una ya existente de alguna de tus organizaciones asociadas. Si tienes que recopilar la lista tú mismo, busca en la biblioteca local –a menudo tendrá listas de medios locales que puedes copiar. Después, llama a cada medio para averiguar qué reportero es más probable que cubra tu asunto o evento.

Tu directorio de medios debería contener:

- Medios de comunicación en tu región, incluyendo el contenido y estilo de programas, columnas, etc. y sus fechas de entrega.

- Una lista de reporteros y editores actualizada y cómo contactarlos por teléfono, fax y email.

Asegúrate de mantener el archivo de medios actualizado. Los contactos pueden cambiar tan a menudo como cada dos o tres meses.

Establecer relaciones

Conoce a tus medios locales. Una vez que establezcas qué reporteros cubren el medio ambiente y/o eventos en la comunidad, preséntate con una llamada de teléfono o una reunión para conocerlos mutuamente.

Prepárate –reúne un kit de prensa con materiales importantes. Tu kit de prensa podría incluir un calendario de eventos, una nota de prensa sobre tu evento o proyectos, recortes de prensa que ya tengas, hojas informativas de tu grupo o información de Earth Day Network sobre la historia y la misión del Día de la Tierra y la página web www.earthday.net.

¡Mantén tus materiales consistentes, profesionales y breves! Recuerda incluir tu mensaje clave en todos los materiales, junto con tu logo y/o el logo de Earth Day Network. Los periodistas pueden usar algunos o todos los contenidos que les proporciones cuando escriban sus artículos.

Chequea tus materiales con ojo crítico -¿reflejan con precisión tu misión y mensaje? ¿Es probable que tu mensaje tenga resonancia con la gente que lea el artículo? ¿Emocionarán a la gente tus materiales y mensaje, animándoles a involucrarse?

Jamás pienses que el tiempo con un periodista se ha malgastado, incluso si no escribe una historia inmediatamente. Cuando estableces relaciones con

reporteros, estás invirtiendo en la cobertura futura de tu asunto o evento. Cuanto más informado esté un periodista, más precisa será la historia que finalmente escriba.

Si eres respetuoso con el tiempo y los intereses de un periodista, y si proporcionas información valiosa y relevante, te estableces como una fuente para ese periodista –y las buenas fuentes son complicadas de encontrar.

Mantener el flujo de información

Una vez que has contactado con miembros de los medios de comunicación locales, haz tu prioridad el mantener una relación de trabajo positiva. Aquí hay algunas sugerencias para mantener la comunicación con tus contactos en los medios:

- Sé lo más útil y accesible posible
- Proporciona información sobre los antecedentes cuando surja una noticia
- Participa en las reuniones del consejo editorial o en reuniones de la comunidad, especialmente cuando miembros de los medios vayan a estar allí
- Especialmente cuando estés a punto de hacer un anuncio u organizar un evento, haz una introducción sobre los antecedentes para los reporteros
- Envía materiales interesantes o artículos que encuentres, pero SÓLO si sabes que el material es relevante para lo que interesa al periodista. Incluye una nota personal. NUNCA inundes a los reporteros con información que no quieren o a la que no pueden dar uso.

No dudes en llamar a los reporteros para asegurarte de que han recibido el material que has enviado por fax, por email o por correo. Esto te da otra oportunidad de hablar con ellos y contestar cualquier pregunta que puedan tener. Pero sé respetuoso con su tiempo –los periodistas trabajan con fechas de cierre y a menudo no tendrán tiempo para hablar.

Cobertura de eventos, paso a paso

1. **Asegúrate de que tu lista de medios está en orden.** Con un poco de suerte has establecido relaciones con reporteros que probablemente cubrirán tu evento. Recuerda que a menudo a los periodistas les asignan historias con un día o unas horas de antelación, así que prepárate para conocer a reporteros nuevos en tu evento.
2. **Intenta conseguir cobertura previa sobre tu evento.** Habla con reporteros que conozcas y pregúntales si su medio consideraría publicar una historia antes del propio evento. Piensa en buenos puntos de vista que puedan interesar a lectores, oyentes o televidentes. ¿Hay una buena historia de interés humano? ¿Alguien interesante que haya sido voluntario en tu evento durante los últimos 25 años? Artículos característicos son una buena apuesta, porque el evento en sí no es noticia hasta que no se produce. Puede que también consigas algo de

publicidad previa si hay razones de servicio público para anunciar el evento con antelación (por ejemplo, si las calles en una parte de la ciudad van a ser cortadas para tu feria al aire libre).

Nunca es demasiado pronto para comenzar a hablar de tu evento a los reporteros. Hazlos pensar sobre qué gran historia va a ser. Recuerda, se pasan los días hablando con otras personas –tarde o temprano se estará hablando de tu evento por toda la ciudad.

3. **Elabora tu aviso de medios.** (Lee más arriba para detalles, y el apéndice para un ejemplo). Tu aviso de medios debería ir a todos los calendarios de los editores locales un mes antes del evento. Llama para comprobar que lo han recibido. Algunos te pedirán que lo reenvíes cuando se aproxime la fecha del evento –toma nota y vuelve a mandarlo cuando sea apropiado. Manda tu aviso a todos los medios de comunicación locales al menos un mes antes del evento, y de nuevo una semana antes. El aviso debería ir a los reporteros con los que tienes relación, y al editor de asignaciones en cada medio (no necesitas el nombre específico; cambiará con frecuencia). No te olvides de mandar el aviso a las agencias de noticias locales (AP, UPI, Reuters, etc.) –lo pondrán en

su lista de eventos diarios, donde cualquier reportero o editor pueda acceder a él.

Recuerda que muchas emisoras de radio y televisión no asignarán a un reportero hasta el día de antes del evento. De nuevo, llama para verificar que la persona adecuada ha recibido el aviso. Prepárate para mandarlo de nuevo.

4. **Elabora tu nota de prensa.** (Lee más arriba para detalles, y el apéndice para un ejemplo). Debería incluir citas de prominentes líderes locales, transmitir el mensaje clave de tu evento, hablar del evento en términos elogiosos y decir lo que significa para la comunidad y el marco general. Entremezcla las citas con párrafos con hechos, con estimaciones sobre la asistencia y dando otra información de contexto importante sobre el evento. Manda la nota de prensa varios días antes del evento. Como siempre, llama para comprobar y prepárate para mandarlo de nuevo.
5. **El día antes del evento y la mañana del evento (si es posible), llama a los medios locales para ver si piensan cubrir el evento.** Ten tu aviso y nota de prensa lista para ser reenviadas. No te sorprendas si acabas hablando con un editor de asignaciones con el que nunca has hablado. Vende la historia rápidamente, averigua si planean cubrirla y

pasa a tu siguiente llamada. En este punto, sólo estás verificando tu asistencia de prensa –todo el trabajo previo a esta llamada es lo que te dará la cobertura que te mereces.

6. **Ten un área de medios en el evento.** Asegúrate de que está claramente identificada con señales, y que tanto tu aviso como tu nota de prensa como tus llamadas han dejado claro dónde estará el área de medios. Asegúrate de conseguir una tarjeta profesional de todos los reporteros o tomar sus datos para poder hablar con ellos más adelante y asegurarte de que tienen toda la información que necesitan. También puede ser útil tener voluntarios informados y que hablen bien para ayudar a los reporteros a encontrar exactamente la información o los portavoces que buscan. Haz que tus portavoces estén preparados para hablar con los medios para que periodistas puedan conseguir sus entrevistas lo más eficientemente posible. Es importante tener un grupo de portavoces diverso dispuesto a hablar con la prensa –cargos electos locales, personas de negocios, activistas medioambientales, profesores, padres, jóvenes, abuelos. Cada uno de ellos tiene una visión única de por qué tu evento o asunto es importante para la comunidad. Tanto la cobertura

de prensa como tus relaciones con los reporteros mejorarán con esta preparación meticulosa.

7. **Haz llamadas de seguimiento.** Asegúrate de que los reporteros lograron toda la información y entrevistas que necesitaban. Tu profesionalismo y atención a sus necesidades será enormemente apreciado.

Oportunidades de comunicación adicionales

Consejos editoriales

La mayoría de periódicos tienen un consejo de escritores que decide qué posición va a tomar el periódico sobre una multitud de temas. Los consejos editoriales deciden qué políticos locales y nacionales apoyar, así como si condenar o no la central eléctrica de carbón local por contaminar la comunidad. Puede que escriban editoriales sobre el Día de la Tierra o el medio ambiente.

Anuncios de Servicio Público

El anuncio de servicio público puede ser una gran forma de transmitir tu mensaje. Puesto que estos anuncios son considerados un servicio a la comunidad y no un anuncio en sí, muchas emisoras de radio y televisión los emitirán gratis.

Los anuncios de servicio público dan respuestas claras y concisas al quién, qué, cuándo, dónde, por qué y cómo de tu evento. Normalmente tienen cuatro duraciones distintas:

- 10 segundos (25 palabras)
- 20 segundos (50 palabras)

- 30 segundos (75 palabras)
- 60 segundos (150 palabras)

Si proporcionas las cuatro versiones, la emisora puede decidir cuál usar. Los buenos anuncios de servicio público mencionarán el nombre, el tema y el teléfono de tu grupo o evento dos veces, para que los oyentes puedan recordar la información.

Si estás planeando colocar un anuncio en los medios locales, recuerda que deberás enviar el anuncio al Director de Asuntos Públicos de la emisora con al menos dos semanas –y preferiblemente hasta ocho semanas- de antelación. Tanto si quieres desarrollar una estrategia extensiva de anuncios de servicio público, como si no, ten a los medios locales en mente –las emisoras suelen estar dispuestas a incluir información de tu evento en sus “líneas de oyentes”.

Si estás interesado en buscar una estrategia de anuncios con los medios locales, mira el apéndice para ejemplos de anuncios relacionados con eventos.

Cartas al Director

Las Cartas al Director son un foro público que llama la atención sobre tu organización tanto antes como después del evento. Contacta con tu periódico local para averiguar las restricciones de longitud, y a dónde enviar las cartas. Todas las cartas al director deben estar firmadas e incluir una dirección y número de teléfono. Anima a los voluntarios y líderes de la comunidad a escribir cartas que hablen del Día de la Tierra, el medio ambiente, los retos medioambientales de tu comunidad y/o otros temas.

Calendarios de Eventos

Muchos medios proporcionan calendarios de eventos que puedan ser de interés para sus lectores. Cuando contactes con tu editor de calendario local para averiguar cuándo prefieren recibir información sobre tu evento, dirígelo al calendario de la página web de Earth Day Network como una manera fácil de acceder a información local sobre el Día de la Tierra. Si tu área no tiene muchos eventos listados, considera el recopilar los eventos tú mismo como un servicio a los editores del calendario.

Asegúrate de introducir la información en el calendario de Earth Day Network para que la gente en tu área pueda encontrarte cuando buscan eventos en nuestra web!

Conclusión

¡Enhorabuena! Como Organizador del Día de la Tierra, estás trabajando junto con millones de personas alrededor del mundo para asegurar que dejemos un mundo habitable a nuestros hijos y generaciones futuras.

Nos estamos comprometiendo con un cambio fundamental en la manera en que consideramos nuestras relaciones con el medio ambiente y con cada uno de nosotros. Elegimos actuar en lugar de reaccionar; invitar en lugar de dirigir y colaborar en lugar de competir.

Participando en el Día de la Tierra, nos enriquecemos mutuamente mientras que trabajamos juntos para curar nuestra Tierra.

APÉNDICES: INFORMACIÓN ÚTIL

LA CONVENCIÓN DE AARHUS

La Convención de UNECE sobre Acceso a la Información, Participación Pública en el Proceso Decisorio y Acceso a la Justicia en Cuestiones Medioambientales fue adoptada el 25 de junio de 1998 en la ciudad danesa de Aarhus en la Cuarta Conferencia Ministerial del proceso “Medio Ambiente para Europa”.

La Convención de Aarhus es un nuevo tipo de acuerdo gubernamental. Une los derechos medioambientales con los derechos humanos. Reconoce que tenemos una obligación con las generaciones futuras. Establece que el desarrollo sostenible se puede lograr sólo mediante la participación de todos los interesados. Conecta la responsabilidad gubernamental y la protección medioambiental. Se centra en las interacciones entre el público y las autoridades públicas en un contexto democrático y está forjando un nuevo proceso para la participación pública en la negociación e implementación de acuerdos internacionales.

La cuestión de la Convención de Aarhus lleva al epicentro de la relación entre el pueblo y los gobiernos. La Convención no es sólo un acuerdo medioambiental, sino también una convención sobre responsabilidad, transparencia y receptividad gubernamentales.

La Convención de Aarhus garantiza derechos al público e impone sobre los partidos y las autoridades públicas obligaciones con respecto al acceso a la información y la participación pública y el acceso a la justicia.

Para acceder a más información sobre la Convención, <http://www.unece.org/env/pp/>

Modelo de formulario de información del voluntario

Fecha: _____

Nombre: _____

Dirección: _____

Dirección de email: _____

Número de teléfono: (Casa) _____ **(Celular)** _____

Comité en el que estás más interesado (marca uno):

Planificación Recaudación Medios y publicidad

Creación de coaliciones Materiales Eventos

Disponibilidad (horas):

Mañanas Tardes Noches

Disponibilidad (días):

Lunes Martes Miércoles

Jueves Viernes Sábado Domingo

¿Qué te ha traído a esta reunión?

¿Cuál es tu mayor esperanza para el Día de la Tierra?

Modelo de lista para actividades de voluntarios

ADMINISTRACIÓN

- Llamadas
- Correo
- Personal de oficina o para eventos

INVESTIGACIÓN/MEDIOS/PUBLICIDAD

- Notas de prensa
- Diseño: programa, calendario, posters
- Kits de prensa: preparación y distribución

RECAUDACIÓN DE FONDOS

- Petición por teléfono
- Donaciones en especie o servicios
- Ventas de merchandise

COORDINACIÓN DE EVENTOS Y CONTACTO EN EL LUGAR

- Investigación y consecución de permisos
- Investigación y consecución del seguro
- Diseño del espacio (dónde se ubicarán las señales, pancartas, expositores, etc.)
- Coordinación con los expositores y sus necesidades
- Equipo de sonido y electricidad
- Primeros auxilios
- Reciclaje/ubicación de los contenedores de basura
- Seguridad
- Trabajo artístico-señales del evento (creación, disposición, recogida)
- Parking y montaje del evento
- Gerente del sitio
- Ayuda en el escenario
- Apoyo técnico

CONTROL DEL EVENTO

Asistencia a los expositores. Si tienes suficientes voluntarios, asigna dos “pastores” a cada expositor para ayudarlo a montar el puesto, desmontarlo y quedarse allí mientras el expositor se toma un descanso.

Desmontar el evento y limpieza (Estos voluntarios deberán llegar más tarde para que tengan energía fresca para realizar la tarea. Aquellos que hayan estado allí todo el día estarán cansados).

Modelo de Resolución del Día de la Tierra

TENIENDO EN CUENTA QUE un medio ambiente natural fuerte es la base de una sociedad sana y una economía robusta, y

TENIENDO EN CUENTA QUE las actividades humanas alrededor del mundo están causando un daño medioambiental severo que amenaza la salud humana y la capacidad de nuestro planeta de sostener una comunidad de vida diversa, y

TENIENDO EN CUENTA QUE el conocimiento de maneras de vivir en armonía con nuestro medio ambiente y los métodos y tecnologías para lograr esto ya existen, y

TENIENDO EN CUENTA QUE las comunidades locales pueden hacer mucho para revertir la degradación medioambiental y contribuir a una sociedad saludable, tratando asuntos como el uso de energía, transporte y prevención de la generación y expansión de residuos, y

TENIENDO EN CUENTA QUE hay sólidas razones económicas, medioambientales y sociales para que los gobiernos locales inicien prácticas de eficiencia energética y energías renovables, y

TENIENDO EN CUENTA QUE las realidades medioambientales de nuestro tiempo requieren que los humanos realicen un cambio dramático en nuestra relación con la Tierra.

POR ELLO, se hace saber que la ciudad de _____ reconoce el 22 de abril de 2007 como el “Día de la Tierra” y se compromete a emprender programas y proyectos que mejoren el medio ambiente natural de nuestra comunidad, y

POR ELLO, se hace saber que la ciudad de _____ por tanto anima a sus residentes, empresas e instituciones a usar el Día de la Tierra para celebrar la Tierra y comprometerse a construir una sociedad sostenible, y

POR ELLO, se hace saber que la ciudad de _____ se compromete a apoyar programas que promueven el uso eficiente de energía limpia y renovable dentro de sus límites.

Modelo de Aviso de Medios

(Cabecera de la organización)

Aviso de Medios
Fecha

Contacto: Nombre, cargo
Teléfono

MILES DE PERSONAS ASISTIRÁN AL FESTIVAL DEL DÍA DE LA TIERRA EN EL PARQUE

La undécima Feria Anual de la Tierra tendrá tecnología de energías limpias; diversión interactiva para toda la familia

Ciudad, Estado- ¿Quieres comprobar la calidad del aire o analizar el agua para controlar si tiene plomo? Escuchar un gran concierto con excitantes artistas locales? ¿Ayudar a un niño a examinar una muestra de agua bajo un microscopio y buscar contaminación? ¿Participar en un taller de arte usando materiales reciclados?

¡Prepárate para el Día de la Tierra, este año más grande que nunca! Únete a nosotros en Evergreen State Park para la undécima Feria Anual de la Tierra. Además de ofrecer diversión para toda la familia, la Feria de la Tierra también reciclará su basura, creará un jardín del Día de la Tierra y mostrará otras formas de realizar un evento sostenible así como de tener un mundo sostenible.

QUÉ: Undécima Feria Anual de la Tierra, con comida y entretenimiento, un área de niños, técnicas de plantación y mucho más!

CUÁNDO: Sábado 22 de abril, de 10 de la mañana a 6 de la tarde.

DÓNDE: Evergreen State Park

PATROCINADORES: Día de la Tierra de la ciudad de _____
Alcalde Jane Doe
Empresas de energía limpia locales
Departamento de Parques

El Día de la Tierra de _____ es organizado por una coalición de familias, profesores, líderes electos y negocios sostenibles preocupados que trabajan para incrementar la concienciación pública sobre asuntos medioambientales a través de eventos y actividades anuales con motivo del Día de la Tierra. El Día de la Tierra de _____ está afiliado con Earth Day Network, la organización internacional que coordina eventos del Día de la Tierra por todo el mundo. Para más información, ve a www.earthday.net.

Modelo de Anuncio de Servicio Público

Llama a las emisoras de radio locales, preséntate y averigua si emitirían algunos Anuncios de Servicio Público anunciando tu evento. Si están dispuestos a trabajar contigo, necesitarás organizar la logística de la producción, incluyendo quién hablará. Prepara modelos de guiones que transmitan tu mensaje en pequeños trozos. Algunos ejemplos:

10 Segundos, Anuncio para Voluntarios para el Día de la Tierra

Haz algo bueno para la Tierra y divertido para ti –hazte voluntario para el Día de la Tierra de 2007. Llama a #####. ¿Quién dice que no puedes cambiar el mundo? #####.

20 Segundos, Anuncio para el Maratón

¡Comienza tu Día de la Tierra con buen pie andando o montando en bicicleta hasta la Feria de la Tierra 2007 en el Maratón del Día de la Tierra! Los fondos que recaudes se destinarán al Día de la Tierra de _____. ¿Quién dice que no puedes cambiar el mundo? Para registrarte, llama a #####, gana premios y ayuda a la Tierra!! Llama #####.

30 Segundos, Anuncio para el Desfile

Coches solares, ciclistas que no emiten carbono, patinadores y bandas de música son algunos de los elementos amables con la Tierra que verás en el Desfile del Día de la Tierra que recorrerá _____ el _____ (fecha). Ve a _____ (Lugar de reunión) antes de las 10 de la mañana para unirse a otros terrícolas preparándose para el tema del desfile de este año: “Máquinas con energías limpias y verdes”. Involúcrate y diviértete en el Día de la Tierra. Para recibir un formulario de participación en el desfile, o para más información, llama a #####.

ORGANIZA PARA LA TIERRA- Un puñado de consejos

Ayuda a que ocurran grandes cosas para la Tierra. ¿Quién dice que no puedes cambiar el mundo?

Planificación

Sé realista. Cuando estés considerando qué tipo de proyecto emprender, piensa en el tiempo y los recursos disponibles. Puede que sea mejor comenzar con algo pequeño y construir sobre los éxitos, que lanzar un proyecto enorme inmediatamente.

Habla con la gente. Evalúa el interés de aquellos a tu alrededor, y considera el montar un equipo de planificación que pueda hacer tormenta de ideas a la vez. Si tú tienes una idea y estás buscando asistencia o consejo, busca grupos trabajando en asuntos relacionados.

Elige tus fechas cuidadosamente. Si vas a realizar eventos, considera el calendario de festividades nacionales y religiosas, eventos significativos de la comunidad, vacaciones escolares u otros factores que pudieran afectar a tus niveles de asistencia.

Elige una cronología. Tras elegir una fecha de finalización de tu proyecto, trabaja hacia atrás para determinar todos los pasos que se necesitan para lograr tu objetivo. Para cada paso pregúntate, “¿Cuánto tiempo antes de la fecha de finalización debe esto estar terminado?”. Después, para cada periodo, añade una semana. Haz seguimiento de todas las fechas límites en un calendario y cúmplelas.

Elabora un plan concreto. Toda persona involucrada con un proyecto

debe ser capaz de ver cómo va y lo que debería ocurrir a continuación. Escribe un plan detallado listando cada paso que debe ser cumplido, quién lo hará, y cuándo. Asegúrate de que los involucrados apoyan el plan y tienen un papel en su realización.

Comunícate con el poder. Evalúa de quién necesitas apoyo o aprobación para hacer de tu proyecto un éxito. Ve a esas personas inmediatamente tras haber construido un plan sólido. Manténlas informadas a lo largo del proceso y valora sus sugerencias.

Invita a la diversidad. Incluir a personas de diferentes orígenes en tu grupo de planificación tiene un valor incalculable para ayudarte a desarrollar ideas y crear un mensaje que resultará atractivo para una amplia variedad de gente.

¡No exageres! La trampa más grande para organizadores es tratar de hacer demasiado. Trabaja con otros grupos, asigna proyectos a voluntarios y asegúrate de que tienes tiempo para los otros aspectos importantes de tu vida.

Voluntarios

Recluta voluntarios. Dependiendo del tamaño de tu proyecto, puede que necesites unos pocos asociados o cientos de voluntarios. Anticipa tus necesidades y diseña tu alcance apropiadamente.

Desarrolla relaciones. Para principiantes, aprende el nombre de todos. Recuerda o escribe información clave sobre cada persona (¿tiene hijos,

va a la universidad?), y pregunta de cuando en cuando cómo van las cosas.

Fomenta las conexiones entre los voluntarios. Da a los participantes en el proyecto una oportunidad de conocerse mutuamente. Estáte alerta de las formas en las que puedes ayudar a que las personas conecten entre sí. Es mucho más probable que los voluntarios se mantengan involucrados y se sienten cómodos alrededor de la gente con la que trabajan.

Valora lo mejor con lo que cada persona puede contribuir. Un buen organizador evaluará las fortalezas de la gente y les conducirá a papeles en los que puedan brillar. Es más probable que los voluntarios que sienten que son buenos en lo que hacen estén satisfechos y contribuyan al éxito de tus esfuerzos.

Equilibra independencia y responsabilidad. Es importante que aquellos al mando se aseguren de que las fechas límite se cumplen y de que las cosas se están haciendo de forma consistente con la filosofía de la organización. Sin embargo, predeterminar cada aspecto de un trabajo voluntario hará que los voluntarios se sientan insignificantes. Mantén el contacto con ellos y ofrece sugerencias, pero si están haciendo algo bien, deja que lo hagan a su manera. Si no, puede entonces que no estén en el trabajo apropiado.

Sé generoso con los halagos. Cuando los voluntarios o tus socios tengan éxitos, haz halagos públicos y generosos. A todos nos gusta que se reconozca nuestro trabajo duro.

Hazlo divertido. En cada etapa, desde el reclutamiento de voluntarios hasta celebrar un evento, pasando por la limpieza, haz que sea divertido! Sé creativo. Ten buena comida disponible. Rocía la mezcla con risas.

Reuniones

Usa una agenda. Antes de una reunión, pide a los asistentes opinión sobre qué asuntos deberían ser incluidos en el orden del día. Distribuye la agenda antes de la reunión, indicando cuánto tiempo se destinará a cada tema. Mandar la agenda por email ahorra papel y sellos. Una vez en la reunión, mantén a la gente centrada en la agenda, asegurándote de que el debate es relevante para el tema en cuestión.

Anima a la participación. Evita tener a una persona de pie frente al grupo o hablando todo el tiempo. Reúnete alrededor de una mesa o en un círculo. Haz que varias personas compartan información sobre diferentes aspectos del proyecto. Asegúrate de que todos se sienten animados a dar opinión sobre las decisiones que se necesita tomar.

Piensa con antelación. Nunca dejes una reunión sin haber tomado decisiones concretas acerca de los próximos pasos a seguir, con cada persona asignada a tareas específicas. Asegúrate de tomar buenas notas sobre quién hará qué y para cuándo, y hazlas circular después.

Evita tener demasiadas reuniones. Todo el mundo tiene el tiempo limitado. Es mucho mejor para la gente pasarlo trabajando por un objetivo que asistiendo a reuniones innecesarias.

Relaciones Públicas y Medios de Comunicación

Centra tu mensaje. Di las cosas lo más simple y claramente posible en todas tus comunicaciones con el público y los medios. No abrumes a la gente con cantidades masivas de información.

Publicita creativamente. Hay docenas de formas de mandar un mensaje. Considera repartir folletos, tener un puesto informativo, llamar a la gente, pegar carteles, hacer anuncios durante otros eventos, ir a reuniones de otros grupos, ser listado en calendarios de la comunidad, o cualquier otra forma de publicidad que se adapte a tu situación particular.

Chequea y chequea dos veces. Asegúrate de que lees dos veces todo lo que imprimes y mandas. Incluso unos pequeños errores de tipografía pueden dañar tu credibilidad.

Desarrolla materiales de prensa. Escribe una nota de prensa –un convincente resumen de una página sobre tu proyecto o evento y tu organización. Asegúrate de cubrir quién, qué, cuándo, dónde, por qué y cómo, e incluye información de contacto de tu grupo. Manda la nota a todos los medios de comunicación locales. Considera incluir material de contexto adicional para medios que pudieran querer una historia en profundidad.

Avisa a los medios con suficiente antelación. Manda tu información una semana o dos antes de tu evento. Manda avisos de medios tanto a la oficina general como a aquellos reporteros que con más probabilidad cubrirán la historia. Asegúrate de hacer seguimiento

unos días después de que tu evento tenga lugar.

Haz seguimiento. Trata de establecer relaciones con ciertos reporteros. Si los periodistas piden información adicional para escribir una noticia, mantén informes detallados de las peticiones y haz seguimiento de manera apropiada.

Trata bien a la prensa. A los periodistas les gusta sentir que son importantes para tu grupo. Tienes que estar disponible para entrevistas. Si celebras un evento, asigna a alguien para recibir a los periodistas y darles indicaciones. Cuanto más contacto personal reciben los reporteros, más probable es que escriban una historia sustancial y positiva.

Recuerda a todo el mundo que tienen que conocer el mensaje. Asegúrate de que todos los organizadores y voluntarios conocen el objetivo primario de tu proyecto y pueden transmitirlo claramente si son entrevistados por los medios. Es más probable que los periodistas escriban una historia con la que estés satisfecho si todo el mundo manda un mensaje consistente.

Ten impacto visual. Es más probable que los eventos que tienen señales brillantes, accesorios grandes y colores vívidos consigan historias de primera plana.

Recaudación de fondos

Crea un presupuesto. Ten una idea clara de lo que necesitas, por qué, y cuánto costará, y luego contacta con donantes potenciales. Los donantes son más propensos a contribuir si están seguros de que su dinero se usará bien.

Pide fondos estratégicamente. Busca diferentes fuentes de financiación. Pide a cada una una cantidad de dinero para uno u otro objeto particular. No tengas miedo de pedir mucho. Ten en mente que las empresas están a menudo más dispuestas a dar bienes o servicios que dinero.

Ofrece documentación. Da información sobre tu grupo y sus proyectos a los donantes potenciales. Asegúrate de que tus materiales son profesionales, y sé firme sobre el valor de tu iniciativa.

Muestra gratitud. Manda notas de agradecimiento a todos tus donantes, y

recuerda reconocerlos públicamente de alguna manera.

Y no olvides...

Registrar tus triunfos. ¡No dejes que los logros de tu grupo caigan en el olvido! Lleva la cuenta de los eventos y actividades exitosas con fotos, recortes de periódico o un libro de recortes.

¡Diviértete! Tómate tiempo a lo largo del proceso de organización para celebrar y disfrutar la compañía de los demás.