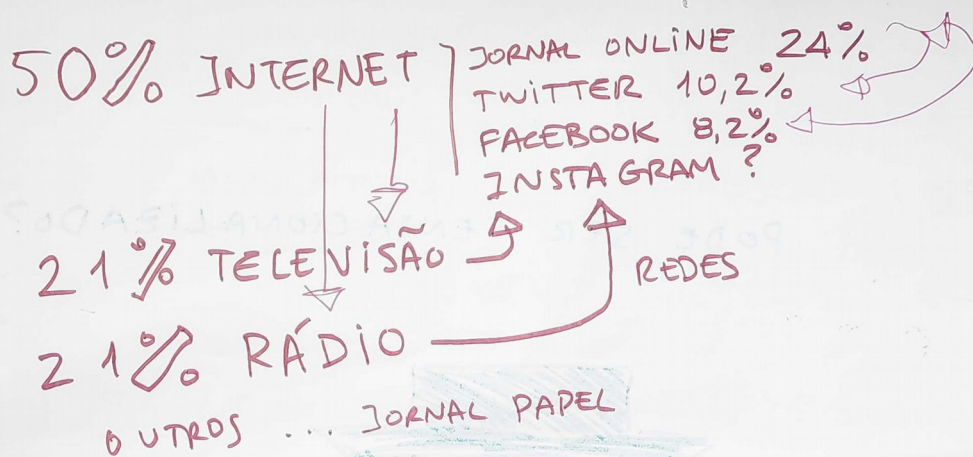


IMPrensa / JORNALISTAS

INFORMAÇÃO (ESPANHA, 2017)



PROBLEMAS / CARACTERÍSTICAS

→ **CRISE EMPREGO JORNALISTAS**

DIGITALIZAÇÃO
TODOS

→ **DEPENDÊNCIA PUBLICIDADE**

CONFLITOS INTERESSES
PÚBLICO, EXPRESSO

→ **GRANDES GRUPOS ECONÔMICOS**

BANCA, GRANDES EMPRESAS
GRANDES GRUPOS MEDIA
CORFINA, CMTV,
TVI

→ **INTERESSES POLÍTICOS**

OBSERVADOR, SOL/I

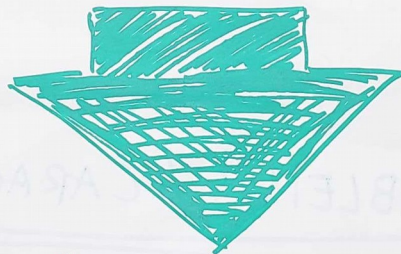
→ **DIGITALIZAÇÃO / CONTEÚDOS PAGOS**

→ **FALTA DE RIGOR**

REPRODUÇÃO ACRTICA INFORMAÇÃO
AGÊNCIAS DE FONTES INSTITUCIONAIS
INFORMAÇÃO ≠ CONHECIMENTO

JORNALISTA

- VELOCIDADE
- IMEDIATEZ
- FALTA DE PROFUNDIDADE
- SER PRIMEIRO A PUBLICAR
- SUPERFICIALIDADE (NÃO USAR ≠ FONTES)
- AUDIÊNCIA vs RELEVÂNCIA
PODE SER SENSACIONALIZADO?
- LONGOS DIAS TRABALHO / GRANDE PRESSÃO EDITORIAL



COMO AJUDAR?

- NOTÍCIA QUASE PRONTA
- ALGUMA PROFUNDIDADE
- SIMPLICIDADE
- INTERESSE JORNALÍSTICO
- PERIT@ OU AFECTAD@ MOVIMENTOS
+
PERIT@
ou
AFECTAD@
- SENSACIONAL
- DISPONIBILIDADE P/AJUDAR

COMUNICADO DE IMPRENSA

1 PÁGINA

→ CONSTRUIR UMA NOTÍCIA (NÃO UM MANIFESTO)
ESTILO NEUTRO

→ 2-3 IDEIAS FORTES NO MÁXIMO

→ O **QUÊ? Quem? Quando? Onde?**
PORQUÊ?

↓ ↓
CORPO DO TEXTO

↓
RESUMO + CONCLUSÃO
(2-3 LINHA)

LEAD

O TEXTO QUE GANHA OU NÃO
EDITOR, JORNALISTA E PÚBLICO

→ TÍTULO: WRTO, 1 IDEIA FORTE

→ DATA NO INÍCIO, NOMES E TELEFONES DE PORTA-VOZES NO FIM.

QUANDO MANDAR?

- SEMANA 9h30-11h; 14h-15h
- SÁBADO 14h
- DOMINGO TODO O DIA

EVITAR

ANEXOS

SE JORNALISTAS QUISEREM
SABER MAIS, ELES LIGAM! ❗

COMUNICADO É
APPETIZER

mas deve ser suficiente.

É notícia. Tom noticioso.



"A organização considera
que..."

~~VS~~ VS
"nós achamos"

(PUBLICAR NOSSOS PRÓPRIOS C.I.)

COMUNICADO AÇÃO: -ANTES SE FOR PÚBLICO

-DURANTE / IMEDIATAMENTE

A SEGUIR SE FOR
SURPRESA

GANCHOS / ocasião
evento
ciclo noticioso

ASSESSOR@

- SE POSSÍVEL, TER 1 PESSOA RESPONSÁVEL POR CONTACTO COM JORNALISTAS

→ ARTICULA/ESCREVE COMUNICADOS

→ SABE QUEM TEM DE FALAR SOBRE O QUE

→ ESTABELECE CONTACTOS/RELAÇÕES COM JORNALISTAS

→ ENCAMINHA CONTACTOS PARA PORTA-VOZES

→ PRESTA DECLARAÇÕES

→ PREPARA PORTA-VOZES

+ CONSTRUIR MAILING LIST IMPRENSA

+ QUANDO JORNALISTA LIGA, GUARDA CONTACTO

+ SABE QUEM SÃO JORNALISTAS QUE TRATAM DOS TEMAS NOS DIFERENTES MEDIA

+ LIGA A ACOMPANHAR COMUNICADO (ANTES OU DEPOIS). COMBINA EXCLUSIVOS.

+ TEM RELAÇÃO PESSOAL COM JORNALISTAS
mais difícil,
mais eficaz

CONFERÊNCIA IMPRENSA

- Nunca fazer quando pode ser substituído por comunicado

- GANCHO | ocasião
evento
ciclo noticioso

- Procurar jornalistas-chave

- Confirmar presenças

- 15 minutos declarações + 15 mins perguntas

- Levar declaração impressa p/ jornalista

- Guardar contactos

- Assessor@ explica tudo aos jornalistas

- Preparar intervenções e intervenientes

- Diversidade

- GRavar

- NOVIDADE