



10 dicas de comunicação para resistência

❖ ABBE66ORIA DE IMPRENSA ❖



Assessoria de imprensa

Em geral, a imprensa é vista como vilã para o ativismo. Pautas ignoradas, fontes repetidas e narrativas que criminalizam os movimentos sociais. Tudo isso deixa a gente com receio em relação aos jornais, rádios, TVs e sites. Mas a imprensa pode ser estratégica para nossos objetivos.

Essa cartilha traz algumas dicas de como movimentos sociais e sociedade civil podem traduzir suas pautas para a imprensa, com mais atratividade e legitimidade, para poder disputar a opinião e a discussão pública.

São dicas que, se somadas, podem construir pouco a pouco a reputação de nossas pautas, organizações e coletivos organizados. O resultado é o nosso reconhecimento como importantes atores e atrizes sociais na discussão pública, a fim de promover mudanças importantes na sociedade.



 PEGROBIGU

 PEGROBIGU

MEURECIFE 

REDEMEURECIFE 

— meu —
RECIFE

ESCOLA DE ATIVISMO

 ESCOLADEATIVISMO

PROJETO REALIZADO COM RECURSOS DO PROGRAMA CASA CIDADES | WWW.CASACIDADES.CASA.ORG.BR



REALIZAÇÃO:



APOIO
FINANCEIRO:





Tenha uma pessoa para essa função. Alguém comunicativo ou comunicativa, por dentro das ações, que possa indicar entrevistados ou entrevistadas. Deve estar atenta a telefone, e-mail e outros meios de comunicação e disponível para contato.



Seja cordial e disponível.
A imprensa nem sempre
noticia nossas pautas como
esperamos. Mas um
contato simpático com a
imprensa sempre é
bem-vindo - inclusive para
momentos de negociação
de pautas.



Um bom release é meio caminho andado. A sugestão de pauta pode ser feita por meio do release, ou seja, um texto noticioso, objetivo e informativo, com as principais informações da ação ou do evento que será realizado. Título com nome da organização e ação, subtítulo com informações adicionais, primeiro parágrafo respondendo a questões básicas (o quê, quem, quando, onde e porquê), contato de quem pode dar entrevistas sobre o assunto e o serviço da ação são fundamentais no texto.



Boas imagens valem mais que mil palavras. O envio de imagens com release pode dar peso à pauta e aumenta chances dele ser publicado. Invista na produção de boas fotos sobre a organização, espaços e ações. Se possível, chame um amigo ou amiga fotógrafa, feche parcerias e crie permutas para ter boas imagens. E não esqueça de dar os créditos da imagem.

A large, stylized yellow number '5' with a purple shadow and two purple decorative flourishes on either side, centered on a blue background.

5

Atualize a lista de e-mails e contatos. Contatos das redações e dos estúdios, em especial telefones e e-mails podem ser obtidos nos sites (“Expediente”) ou por telefone e precisam de atualização com frequência de, pelo menos, seis meses.



Comunique-se para além do e-mail. Um dos principais meios de comunicação com a imprensa são os emails das redações, dos repórteres e dos produtores. Mas vale investir também nos telefones e no whatsapp. Esse contato aproximado e com quem já cobriu pautas anteriores pode ser mais efetivo em momentos futuros.



Procure concisão e objetividade nas entrevistas. O tempo na imprensa vale ouro, e é importante ter objetividade e concisão nas entrevistas. Se possível, pare e treine possíveis perguntas, saiba com antecedência o foco da pauta, liste informações principais.



Tenha segurança na hora da entrevista. É preciso que fontes da organização estejam seguras, saibam de todas as informações e se sintam à vontade frente a câmera e microfones. Se preciso, estudar e memorizar informações anteriormente.



Registre o que sair na mídia. É importante clidar matérias sobre a organização. Pode ser uma busca diária ou, ao menos, quando algum evento ou ação acontecer. Se a organização tiver um site, é interessante que os registros estejam lá.

❖ 10 ❖

Publicize as notícias nas redes sociais. É importante divulgar nos sites institucionais e nas redes sociais as notícias, em especial as de TVs e jornais impressos, veículos que chamam mais a atenção do público.