Projectes

17 recomanacions per atraure l'interès dels mitjans de comunicació

15/05/2015
Autor/a: Xarxa de Voluntariat Ambiental de Catalunya



Font:


EL
El arte del joven Velázquez regresa restaurado a Sevilla
Mas divide al
acerca las ele
ara
ara.ca
LA VANGUARDIA
Barcelona compra Can
elPeriódico
EL GOBIERNO RECURRIRÁ CUANDO SE CONCRETE LA
La
de Mas

Font:



Font:



Font:



Font:

17 recomanacions per atraure l’interès dels mitjans de comunicació

15/05/2015
Autor/a: Xarxa de Voluntariat Ambiental de Catalunya

Resum:
La missió de les entitats, la seva tasca i les persones que s’hi impliquen tenen un paper clau en la societat, però... sabem transmetre la nostra activitat de manera atractiva per a la premsa generalista?

Les entitats necessiten ser presents als **mitjans de comunicació** per fer-se més visibles i per arribar als

ciutadans. I als mitjans sovint també els calen el seu testimoni per connectar amb la realitat social i transmetre-la millor.

Tot i això, les organitzacions sense ànim de lucre sovint no es troben prou presents al **diari, la radio o la televisió** i tenen la percepció que les qüestions en les que treballen no sempre arriben al públic de forma adequada.

A més, els periodistes sovint no estan formats en tercer sector ni en **voluntariat**, més enllà de la seva experiència i inquietud personal, i el volum d'informació que reben cada dia -també de les entitats- és molt elevat.

Un seguit de recomanacions poden ajudar a les entitats fer-se més interessants als ulls dels mitjans. La majoria d'elles provenen d'una xerrada amb la **Maria Coll** codirectora de la revista Valors i del programa radiofònic Valors a l'alça de La Xarxa de comunicació local, que posa l'èmfasi en oferir la informació a través del **testimoni personal**.

- Mantenir actualitzada una **base de dades** de mitjans de comunicació generalistes i especialitzats, i de periodistes.
- Escollir els **mitjans i les persones adequades**: cal identificar aquelles que són sensibles a la temàtica en la que treballem.
- Triar el moment adient: cal conèixer les **dinàmiques dels mitjans** (horaris de redacció, tancament, caps de setmana, etc.).
- Oferir només **informació noticiable**: els periodistes reben cada dia molt més del que poden cobrir i saturar-los d'informació és contraproduent. Tot i que el que es considera que és notícia és molt relatiu, hi pot ajudar el fet de ressaltar la singularitat de la informació, relacionar-la amb l'actualitat, remarcar l'acció social o el que aporta a la societat).
- Aprofitar **l'actualitat** (agenda mediàtica, dies internacionals, efemèrides històriques, etc.).
- Oferir **històries personals**: humanitza l'entitat i crida l'atenció dels mitjans. Quan les persones són les que expliquen és més efectiu que transmetre dades abstractes i fredes. N'és un exemple el testimoni que ofereix una persona que ha viscut 15 anys al carrer. Cal tenir en compte el sensacionalisme que poden fer alguns mitjans.
- Donar veu als **voluntaris**: als mitjans els pot interessar més escoltar a la persona voluntària que no pas al president de l'entitat, és a dir, per què una persona dedica tots els dissabte a anar al cau amb nens, passa les tardes amb avis i àvies o s'implica en la neteja d'un bosc… També afegeix sensació de transparència i d'equip dins l'entitat. D'altra banda, no a tothom li agrada o sap explicar i explicar-se. La feina interna dins l'entitat d'empoderar els voluntaris en el projecte, és el que fa després que el seu discurs estigui ben alineat amb el de l'entitat. L'entitat també pot oferir eines comunicatives a la persona voluntària.Hi ha recursos útils com "Informar sobre voluntariado: guía de estilo para quienes comunican".
- Fer **senzill el missatge**: molts periodistes no són especialistes en tercer sector ni en voluntariat. Hem de comptar que "ningú" ens coneix i, amb humilitat, explicar el nostre missatge de forma simple i planera.
- Elaborar una nota de premsa eficaç. Ser creatius i originals. I si hi ha contacte personal que l'acompanya molt millor.
- Proporcionar **imatges**: ajuden molt a copsar la informació que els hi enviem.
- **Facilitar la feina** als periodistes (no només amb el missatge sinó proposant diversos enfocaments possibles de la informació: notícia, reportatge, vídeo, entrevista, i oferir informacions relacionades de context, etc.).
- Fer ús de les **noves tecnologies** (contactar al periodista per Twitter, penjar les fotografies en alta resolució al núvol, enviar enllaços d'informació complementària).
- Aprofitar, i també trencar, **l'estacionalitat de les noticies** (alguns temes tenen més ressò en moments concrets de l'any, com la solidaritat per Nadal i la problemàtica dels gossos abandonats al juliol.Són tempos comunicatius en què podem oferir informació relacionada o bé, justament, proporcionar alternatives a aquestes informacions cícliques. A més, a l'estiu es pot aprofitar el dèficit de notícies.
- Mantenir el **contacte personal** amb els periodistes (fer un retorn sobre allò publicat, trobades més informals, etc.).
- Oferir-se com a **experts** en moments d'actualitat: més enllà de les pròpies activitats de l'entitat, esdevenir un **referent** per ells en un àmbit o temàtica concreta.
- Proposar **col·laboracions periòdiques** en seccions o programes en els que podem aportar valor afegit.
- Tenir en compte que la transparència d'una entitat propicia la presència als mitjans de comunicació.

També trobareu a Xarxanet:

Comunicar per a existir. Manual sobre la comunicació global de les associacions

8 claus per elaborar i fer eficaç una nota de premsa

Etiquetes: mitjans de comunicació, entitats sense ànim de lucre, comunicació associativa, nota de premsa, voluntariat

URL d'origen: https://xarxanet.org/projectes/noticies/17-recomanacions-per-atraure-l-interes-dels-mitjans-de-comunicacio