



LA NOTA DE PREMSA DIGITAL: UN RECURS CONVERTIT I ÚTIL PER A LA COMUNICACIÓ DE L'ENTITAT

Com elaborar una Nota de Premsa digital?

Les darreres tecnologies han creat innovadores formes de difusió de continguts que han modificat el panorama i els processos comunicatius. Es tracta d'eines senzilles, eficaces i gratuïtes, en la majoria dels casos, que poden fer-nos partícips de la notícia. Tot i així, els tradicionals mitjans de comunicació (televisió, premsa escrita, ràdio) continuen disposant d'una gran transcendència: garanteixen cert rigor, arriben a un públic més ampli, són de fàcil accés i tenen poder d'influència.



És adient, per tant, escurçar la distància entre les nostres entitats i els mitjans de comunicació tradicionals, treballant la relació i facilitant el contacte directe. Per aquest motiu, us oferim alguns consells pràctics que us poden resultar d'utilitat a l'hora d'elaborar l'intermediari per excel·lència: la nota de premsa.

Per què és important construir una bona nota de premsa?

Les notes de premsa digitals ens permeten enviar informació completa de manera directa i ràpida als mitjans de comunicació. Establint una interactivitat amb els periodistes, podem donar a conèixer l'activitat de la nostra entitat. Es tracta d'un mecanisme més complet que un tuit o un post i que acostuma a generar major sensació de rigor i seriositat.

Les notes de premsa tradicionals s'han adaptat al mitjà digital: s'ha construït una nova manera de transmetre la informació amb eines que ens permeten enriquir el contingut i penjar-lo en una plataforma accessible i visible per a un públic ampli. I, malgrat que l'esclatxa digital pot fer que la nostra informació no arribi a determinades

generacions que no tenen accés a Internet, en el cas de les associacions juvenils aquest aspecte no acostuma a ser un inconvenient: la majoria de joves estan connectats a la xarxa.

Com redactem una nota de premsa?

L'objectiu de la nota de premsa és oferir als periodistes una informació concreta, clara, curta i completa que pugui esdevenir notícia d'interès per als mitjans. Per a fer-ho, cal que segueixi una estructura determinada i és necessari dotar-la de certs elements persuasius. A continuació, us detallem algunes pautes per a la redacció de la nota de premsa:

- Definir el missatge principal: Abans de començar a escriure el comunicat, és important identificar la idea bàsica, és a dir, el fet noticiós. La nota de premsa ha de tenir cert interès o valor social: les bústies dels mitjans de comunicació estan ben plenes i hem d'aprendre a marcar un diferencial (identificar per què és important que facin difusió de la nostra entitat, què oferim que no proporcionin les altres associacions, quin valor afegit aportem com a entitat). A més, cal transmetre aquest diferencial de manera precisa, singular i oferint credibilitat.

- Identificar el públic receptor: No tots els mitjans de comunicació seran els adients per enviar la nostra nota de premsa. Per aquest motiu, cal escollir als receptors amb consciència. Sovint, és important crear llistes personalitzades entre els nostres contactes i detectar el públic potencial. Aquestes llistes poden estar adreçades segons diferents criteris: llistes de grans mitjans de comunicació tradicionals comarcals o locals, llistes d'entitats agrupades per temàtica, llistes d'entitats adreçades per regió, llista de voluntaris, llista de socis.

- Estructurar la informació: Organitzar una nota de premsa no és senzill. L'estructura del missatge ha de ser clara, ordenada i lògica: la informació s'ha de plantejar de major grau d'importància a menor. Es tracta d'una estructura que manté les línies generals de les notes de premsa tradicionals, però que inclou informació complementària (sovint, contingut audiovisual o enllaços adherits al cos del text).

En aquest sentit, és adient que segueixi els següents paràmetres:

1. **Titular**: Enunciat que resumeixi el valor del fet noticiós. Ha de ser breu, clar i concís i ha d'atraure l'atenció del lector.
2. **Subtítol**: Enunciat que afegeix informació rellevant sobre el fet noticiós.
3. **Cos de la nota de premsa**: Per estructurar el text de manera coherent, cal seguir els paràmetres de la «piràmide invertida» (organitzar les dades de major a menor importància). Prèviament, caldrà detectar quina informació és bàsica per a l'enteniment del fet noticiós i quina afegeix dades més prescindibles.

Per tal d'evitar que la informació es presenti de manera densa o feixuga, l'estructurarem per paràgrafs i farem ús de les paraules clau, la negreta i les etiquetes. Això, a més, ens facilitarà l'accés i el seguiment RSS a la xarxa per part dels usuaris quan cerquin en els buscadors.

A més, evitarem les faltes d'ortografia, les incoherències en els enunciats i tractarem de contextualitzar al màxim la informació. En aquest sentit, mirarem de fer aparèixer les 6W (què, qui, com, per què, on i quan).

- Informació addicional: La nota de premsa digital ens permetrà afegir enllaços complementaris relacionats, material audiovisual, botons, documentació adjunta i altres annexos que facilitaran al periodista ampliar la informació.

Com presentem la nota de premsa davant dels mitjans?

Tal i com hem advertit anteriorment, és necessari triar adequadament als destinataris de la nostra nota de premsa. En funció de les característiques de l'esdeveniment que volem donar a conèixer, distribuïrem al destinatari segons àmbit territorial (local, nacional, internacional), gènere o tema (medi ambient, cultura, joventut...) o mitjà (ràdio, televisió, premsa, mitjans digitals).



Cal tenir cura també de l'assumpte amb què encapçalarem el correu electrònic. Aquest aspecte pot determinar que el receptor obri o no el missatge. Per això, resumirem el contingut en un enunciat breu, concís, aclaridor i significatiu.

Haurem de valorar posteriorment si la nota de premsa digital la pengem a la plataforma web de la nostra entitat, per tal de fer-la més extensible al públic.

Per a obtenir més informació sobre aspectes comunicatius, podeu demanar la vostra assessoria personalitzada i gratuïta al correu electrònic comunicacio@crajbcn.cat. També podeu consultar la resta de recursos en matèria comunicativa, que podeu trobar a la pàgina www.crajbcn.cat.