

MITJANS DE COMUNICACIÓ I GABINETS DE PREMSA

Mòdul 2

1. Prèvia: Estat actual dels mitjans de comunicació
2. Mapa dels mitjans de comunicació per suports
3. Diferenciació en la producció per suports: rutines de les redaccions
4. La funció del gabinet de premsa. Passar de la comunicació de l'organització a la comunicació dels objectius/la missió de l'organització
5. Productes de comunicació: NdP, declaracions, RdP... Preparació, elecció del moment de la difusió, seguiment.

1. Prèvia: Estat actual dels mitjans de comunicació



Resituació del panorama mediàtic.

- Internet
- TDT
- Dificultat del negoci
- Precarietat
- Reconversió de la professió
- Periodisme de trinxera

2. Mapa dels mitjans de comunicació per suports

A la recerca de nous models.

El mitjà pluridisciplinar

Ràdio: imatges. El podcast.

Televisió: Youtube. Televisió a la carta.

**Premsa Escrita: de la pausa a la
immediatesa.**

**Agències de notícies: Ràpid, ràpid,
ràpid.**

Internet: el mitjà global.

Mitjans convencionals a la xarxa.

Els nous mitjans.

3. Diferenciació en la producció per suports

Ràdio:

Programes:

**Més temps de preparació.
Advertir amb antelació de les
intencions.
Entrevistes. Tertúlies.**

Informatius:

**Menys temps de preparació.
Advertir amb antelació en cas
d'assumpte complicat.
Declaració ràpida.**

Rutina de producció:

**Consell de redacció al matí 09h-10h
Consell de redacció a la tarda. 16-17h.**

3. Diferenciació en la producció per suports

Televisió:

La dictadura de la imatge. La dictadura del reportatge. La imperiosa necessitat de la personalització.

Necessitat de més preparació per part del Gabinet de Premsa.

**Informació àgil.
El reportatge.
L'entrevista.**

**Rutina de producció informativa.
Consell de redacció al matí 09h-10h
Consell de redacció a la tarda. 16-17h.**

3. Diferenciació en la producció per suports

Prensa escrita.

**La notícia
El reportatge
L'entrevista**

**Rutina de producció informativa:
Consell de redacció a la tarda. 16-17h.**

**Advertir amb antelació de les nostres
intencions de convocar rodes de premsa
per determinar l'assistència.
Treballar paral·lelament a les rodes de
premsa.**

3. Diferenciació en la producció per suports

Les agències de notícies

**La informació pura i dura
Els caps de setmana**

**Rutina de producció informativa:
Consell de redacció a la tarda. 16-17h.
Decisions permanents**

**Advertir amb antelació de les nostres
intencions de convocar rodes de premsa
per determinar l'assistència.
Treballar paral·lelament a les rodes de
premsa.**

3. Diferenciació en la producció per suports

Internet: el mitjà global.

- El mitjà convencional traslladat a la xarxa. L'ús de les agències de notícies.
- Els nous mitjans. El rumor com a notícia. (excepcions comptades)
- Els blocs com a element d'informació. L'ús dels opinadors.
- Sense rutina clara de producció.

4. La funció del gabinet de premsa

**Fer saber. Només fent saber
posicionarem la nostra organització.**

Articular un missatge clar i nítid.

**Convèncer que la comunicació passa per
explicar què es fa i no tant qui ho fa.**

**Està informat de tot allò que la nostra
organització està fent, planificant.**

Coordinar el calendari de comunicació

**Establir una bona sintonia amb els
principals periodistes de l'àmbit al qual
es pertany.**

5. Productes de comunicació

- **Nota de premsa**
 - Titular i subtítols contenen el principal missatge.
 - Piràmide invertida.

- **Declaracions.**
 - Identificació del missatge clar.
 - Les declaracions són curtes i il·lustren notícia.

- **Roda de premsa:**
 - Convocatòria: lloc, hora, participants, tema principal.
 - Nota de premsa
 - Material addicional.
 - L'ús del Power Point a la roda de premsa.

Contacte

Agència de Comunicació Social
Via Laietana, 54 1er
08003 Barcelona

T. +34 93 268 3442
M. +34 657 515 361

comunicacio@acciosocial.org
www.acciosocial.org

entitats
catalanes
d'acció
social

