



MEDIA TRAINING

PRESS LC



Bem-vindo à LC!

Seu livro será divulgado pela maior agência de comunicação especializada no mercado literário do Brasil.

Nesse media training, você vai receber todas as orientações para aquele momento tão aguardado: ser entrevistado sobre o seu livro e sua carreira de escritor.

CHECKLIST COMPLETO



Assim que o release e as pautas sobre o seu livro começarem a chegar para os jornalistas, alguns veículos da imprensa vão analisar o material e poderão ter interesse em aprofundar os temas relacionados à sua obra. É aí que surgem os convites para entrevista.

Nós vamos te comunicar e, assim que você confirmar a participação, enviaremos um checklist contendo todas as informações sobre a entrevista, como dia, horário de início, duração, o formato (se por telefone, ou google meet, por exemplo), o nome do programa, do apresentador, o contato do produtor, o link de onde será veiculada e qual a data de veiculação caso seja uma entrevista gravada.

O checklist será enviado por e-mail e no grupo de assessoria no whatsapp, e também para o produtor ou jornalista responsável pela entrevista – para que ambos tenham o contato um do outro para qualquer troca necessária. E, claro, nossa equipe estará acompanhando e auxiliando no que for preciso. Na véspera ou no dia, sempre lembraremos você do compromisso.

MODELO DE CHECKLIST



Entrevista presencial gravada autora xxx | TV Alesp (SP)

Data: 07/04, segunda-feira

Horário: 10h - Importante chegar com pelo menos 15 minutos de antecedência no local

Duração: cerca de 40 minutos

Como: Gravada, presencialmente, na Alesp - Av. Pedro Álvares Cabral, 201 - Moema (em frente ao PQ. Ibirapuera) - CEP: 04094-050

Veículo: TV Alesp (SP)

Programa: Cultura e Saber

Apresentação: Priscila Silvério

Produção: A produtora Iara vai recepcioná-la no local

Contato: xxx

Pauta: Livro xx

Links do veículo: <https://www.al.sp.gov.br/alesp/tv/> e <https://www.youtube.com/user/assembleiaspconteudo>

Data de publicação: a definir

TIPOS DE ENTREVISTA



As entrevistas podem ser ao vivo ou gravadas. Também podem ser feitas remotamente, por telefone ou videochamada, ou de forma presencial, em estúdio das emissoras de TV, rádio e podcast.

Hoje, muitas rádios utilizam áudio e vídeo nas gravações, já que os veículos se tornaram multiplataforma. Ou seja, além da frequência no dial, as rádios também disponibilizam seus programas em canal no YouTube e nas redes sociais.

Isso é bom também pra você, pois amplia ainda mais o alcance da sua entrevista.

CENÁRIO NAS GRAVAÇÕES



Sempre que gravar entrevista por vídeo, cuide do cenário. Procure um ambiente clean, neutro, para que o foco seja você e a mensagem que quer passar. Muitos elementos e desconexos, além de poluir visualmente, podem tirar a atenção do público.

USE ROUPAS NEUTRAS

Caso tenha cenário com fundo em chroma-key, evite listrados, mosaicos, bolinhas, estampas extremamente chamativas ou cores muito vibrantes (como verde limão ou cores em neon) para não estranhar o olho.

DEIXE UM COPO DE ÁGUA POR PERTO



Pode parecer bobo, mas a água vai te ajudar a hidratar a garganta entre uma fala ou outra; e é essencial para as entrevistas mais demoradas, para dar aquele respiro que você precisa para continuar a conversa com tranquilidade.

DURAÇÃO DAS ENTREVISTAS

Elas podem variar de cinco minutos a meia hora, uma hora. Importante adaptar a sua fala pensando nesse tempo. Nem sempre será uma entrevista tão aprofundada, mas toda mídia tem sua audiência, seja local, regional ou nacional. Importante aproveitar cada oportunidade para você e seu livro.



LIVRO SEMPRE EM MÃOS

Uma dica é sempre que for entrevista por vídeo ou TV assistir antes o programa para se familiarizar com a dinâmica. E, claro, no dia da sua participação tenha o livro em mãos para mostrar ao público.

Isso também vale para as entrevistas presenciais. Leve sempre um livro para mostrar na entrevista e também para presentear o produtor e apresentadores. É uma forma de agradecer o espaço e promover seu livro.

ATENÇÃO AOS HORÁRIOS!

Em caso de entrevistas ao vivo, existem três horários para estar atento:

1. horário que o autor precisa estar disponível para teste;
2. horário que inicia o programa;
3. o horário marcado para começar a entrevista.

Se for presencial, sempre importante considerar atrasos no trânsito, então procure se antecipar.

TEMAS DA ENTREVISTA



Uma informação importante do checklist é a pauta, ou seja, o assunto que o jornalista irá tratar. Pode ser o livro propriamente, ou algum assunto específico como um tema factual que esteja relacionado à sua área de atuação ou carreira como escritor.

Lembre-se: toda a entrevista é uma oportunidade de promover seu livro (você, suas redes sociais, site...). Mesmo que a pergunta não seja sobre o livro, inclua ele na sua fala, faça referências a ele.

No fechamento das entrevistas, na mensagem final, costuma ser uma boa oportunidade para reforçar isso. “Quem quiser conhecer um pouco mais sobre o meu livro ou conversar comigo, convido para me acompanhar nas redes sociais (@...) e também visitar o meu site www..”

ROTEIRO



Salvo casos específicos, os produtores e veículos não costumam enviar um roteiro ou as perguntas que serão feitas previamente. Por isso, é importante que você tome nota dos tópicos e assuntos mais importantes para não deixar nada de fora. Faça um resumo, inclua palavras-chave. Essa cola vai te ajudar muito a passar uma mensagem clara e potente no momento da entrevista. É claro que num programa ao vivo de televisão não é possível levar um papel, mas escrever estes checkpoints ajudarão a memorizar os aspectos essenciais a serem abordados. E, nas entrevistas online, você terá esse material de apoio.

TENHA EM MENTE!



A maioria dos jornalistas não lê o livro para a entrevista; eles já têm uma pauta e precisam de uma fonte (especialista) para comentar, ou irão se basear no conteúdo enviado pela assessoria (pauta e release).

Se o apresentador/repórter desviar a entrevista para outro assunto, retome você para a discussão sobre o assunto que estava em pauta, linkado ao seu livro. E caso seja feita uma pergunta sobre um tema que você não domina, responda tranquilamente que precisará se informar sobre o assunto.

PIT DO ELEVADOR



A estratégia do pit do elevador mostra a importância de ter um discurso bem definido e assertivo, seja numa entrevista ou em qualquer momento que possa falar sobre sua carreira literária.

Em 30 segundos, o que seu livro entrega? Quem é você e por que escreveu essa obra? Frases curtas para questões recorrentes como essas precisam estar na ponta da língua.

Muito autores têm um currículo extenso. Se você é um deles, precisa falar de maneira sucinta. Listar as palavras-chave e mensagens principais, treinar respostas para perguntas comuns da imprensa, evitar spoilers e manter o mistério da obra, se for um livro de ficção. Com não-ficção você pode e deve revelar um pouco mais, aprender a usar uma linguagem clara e cativante, treinar postura, tom de voz e naturalidade.

Uma dica bônus é usar analogias ou frases de impacto que ajudam a fixar o tema do seu livro. Citar um filósofo, um dado importante no caso de livros de não ficção, ou mesmo uma citação do seu livro.

ENVIO DE LIVROS PARA JORNALISTAS



Se você tiver livros disponíveis para enviar, sugerimos que envie, pois se jornalistas pedem o livro é porque algo na obra o interessou e mais tarde, após avaliação ou leitura, pode render alguma divulgação. Se a sua cota é bem restrita, podemos trabalhar com o envio do PDF.

ENVIO DE LIVROS PARA BLOGS

É cada vez maior o número de blogs, canais no YouTube, perfis no Instagram e Tiktok, que divulgam livros. E enviar a obra pode render a posterior divulgação de resenha nas redes sociais, site ou até quem sabe na Amazon a depender do blogueiro. Sempre que vier uma solicitação submeteremos, o que você pode ficar atento é: se nos canais do influenciador há presença do público que você acha que é do seu livro; se há engajamento nas redes do influenciador; se resenhas ou posts são bem escritos?; Se a maioria das respostas for positiva, não tenha dúvida: envie, sim, seu livro para ele. Pode ser uma grande oportunidade de você ter mais uma “mídia” espontânea para sua obra.

CRIE UM RELACIONAMENTO



Outra dica legal é aproveitar quando termina a entrevista, seja ao vivo ou gravada, para se aproximar do jornalista. Pergunte o que ele achou e mostre-se aberto para uma futura participação. Temos vários casos de autores que voltaram ao mesmo veículo depois.

ESCUTATÓRIA

Depois que tiver acesso à gravação, escute sua entrevista para avaliar sua performance, perceber repetições na fala, vícios de linguagem, e identificar pontos de melhoria para evoluir nas próximas.

CLIPAGEM



Ao final das campanhas, você irá receber uma newsletter com as inserções na mídia que foram indexadas no Google. Indicamos que durante a divulgação você já crie um alerta no Google Alerts com o seu nome e o título do seu livro. Assim, ficará sabendo simultaneamente de algumas das inserções ao longo dos trabalho e posteriormente.



PÓS-DIVULGAÇÃO



Muitos jornalistas guardam este material para divulgar depois. Então, não estranhe se alguns meses após o encerramento das campanhas ainda chegarem solicitações da imprensa para você. Caso cheguem pedidos diretos na LC, vamos sempre te repassar.

CROSS NAS REDES SOCIAIS

Se o seu livro está na mídia, por favor, não pare por aqui. Comunique ao seu público-alvo, amigos e networking que o seu livro saiu no site X, no blog Y, no programa de rádio, na TV. Leve sua divulgação para as redes sociais e para a sua base de e-mail. Por grupos de WhatsApp. Aumente a sua divulgação propagando o que conquistou.

Comece divulgando os pequenos, valorize cada mídia. Marque o jornalista do veículo nas suas redes sociais. E, claro, marque a LC que vamos adorar repostar.



OBRIGADA,

CAROLINA TOMASELLI
- COORDENAÇÃO



carolina@lcagencia.com.br



Jaraguá do Sul - SC



São Paulo - SP