



# COMO ESCREVER UM BOM PRESS RELEASE

O PASSO-A-PASSO COMPLETO PARA INICIANTES

**PR Newswire**  
a **CISION** company

# Índice

<b>Afinal, o que é um press release?</b>	03
<b>E para que serve um press release?</b>	04
<b>Título do conteúdo</b>	05
<b>Primeiro parágrafo</b>	06
<b>Call to Action / Corpo do Texto</b>	07
<b>Boilerplate</b>	08
<b>Passo-a-passo da construção de um press release</b>	10
<b>Distribuição além das fronteiras</b>	11

# Afinal, o que é um press release?

O press release é um comunicado enviado aos jornalistas, que tem como objetivo informar à imprensa uma notícia, acontecimento ou um esclarecimento. Este comunicado é enviado somente para os jornalistas e, na maioria das vezes, por e-mail. Somente em coletivas de imprensa ou algum evento específico ele é entregue aos veículos de comunicação presentes.

Por conta da sua forma de envio, é muito importante que o press release seja atrativo logo no título. Imagine que, diariamente, os jornalistas recebem milhares de comunicados à imprensa.

O objetivo é fazer com que o seu release se destaque em meio a tantos outros e seja lido. Por isso, tenha em mente qual a mensagem que gostaria de passar. Se a pauta for interessante, o jornalista poderá escrever uma nota sobre o assunto ou trabalhar em uma matéria mais detalhada, dando destaque ao seu cliente ou sua marca.

Por esta razão, o press release só deve ser feito e divulgado se o tema for de fato relevante.



# E para que serve um press release?

O press release ou um comunicado de imprensa tem como missão gerar novas pautas para os veículos de comunicação e dar suporte na construção de uma matéria sobre determinado assunto.

O objetivo da divulgação de um press release é tornar público, por meio de uma notícia na imprensa, assuntos pertinentes ao seu negócio.

Mas, para que ele seja divulgado por um veículo, o conteúdo tem que ser relevante e conter uma linguagem jornalística. Quando bem escrito, de forma objetiva, coerente e bem divulgado, as chances de conquistar um lugar nos veículos de imprensa aumentam, tornando o press release um grande aliado na construção da sua marca.

Uma dica valiosa para chamar a atenção dos jornalistas para o seu release é incluir recursos multimídia. Há estudos que comprovam que comunicados com fotos ou vídeos tem muito mais visibilidade do que aqueles que não possuem.



# Título do Conteúdo

O título do press release (ou de qualquer outro conteúdo que você publique) é o elemento textual mais importante e vai garantir a atratividade do espectador.

Muitas vezes (ou quase todas) é pelo título que o jornalista ou leitor decidirá se vai ler ou não o seu conteúdo. Pensando nisso, escreva um título com até 100 caracteres para que ele possa ser publicado em uma matéria jornalística ou compartilhado nas redes sociais.

Isso aumentará a possibilidade de interação e engajamento do seu público com o seu press release. Lembre-se de colocar as palavras-chave da sua mensagem logo no título. Isso é uma peça importante do SEO – otimizar o título para que os mecanismos de busca deem ao press release um impulso positivo de visibilidade.

Caso sua notícia tenha dados numéricos, inclua no título. Números ligados ao factual aumentam a credibilidade da sua mensagem.

Como escrever um bom press release

## O subtítulo:

O Subtítulo, ou informalmente conhecido como linha fina, deve complementar as informações destacadas no título, contendo os principais dados sobre o texto.

## Data e Local de Origem:

Todos os press releases devem conter a cidade de origem e a data do comunicado. Parece óbvio, mas muitas pessoas erram essas informações. Por isso é tão importante a revisão, inclusive da data.

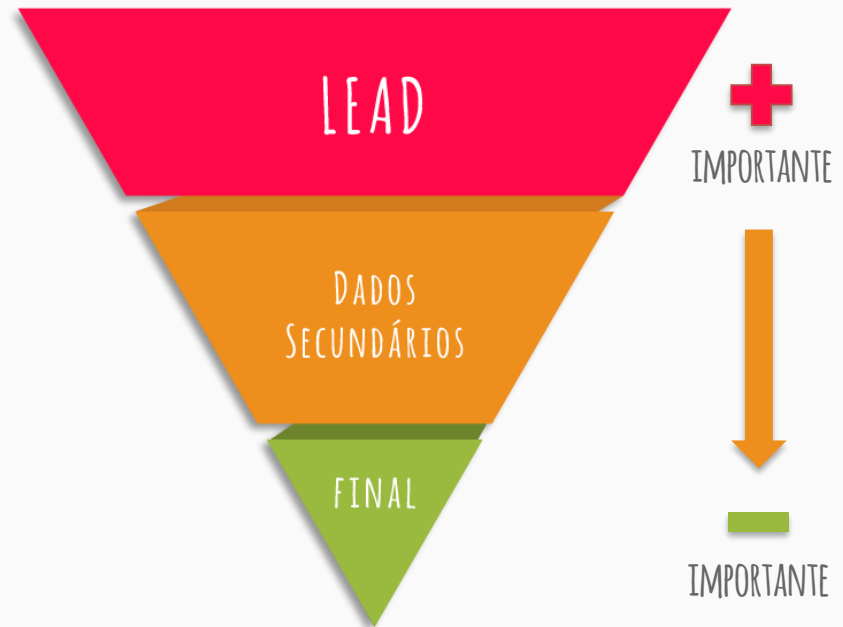


# Primeiro Parágrafo (Lead):

O primeiro parágrafo ou lead, termo usado no jornalismo, tem a missão de capturar a atenção do leitor. Em um press release, a estrutura do texto deve ser como uma pirâmide invertida, organizando as informações em ordem decrescente de importância.

Desta forma, os fatos mais importantes da notícia devem estar no primeiro parágrafo, abrindo o press release, enquanto os de menor relevância aparecem na sequência.

Uma regra básica que contribui muito para redigir um bom lead é responder as seguintes perguntas: “Quem?”, “Quando?”, “Onde?”, “Como?” e “Por que?”. Outra dica importante é evitar os clichês.



## Call-to-Action:

O link em um press release deve ser inserido logo após o primeiro ou o segundo parágrafo. Evite deixar ao final do texto. Esta é uma boa forma de mensurar o retorno dos seus leitores.

Evite colocar muitos links. Quanto menor o número de links em seu comunicado, mais direcionados serão seus resultados.

## Corpo do texto:

Escreva o seu press release com uma linguagem simples e objetiva. É preciso provar ao jornalista que vale a pena a leitura do seu conteúdo.

Alguns recursos como incluir no texto aspas de algum executivo da empresa, dá um peso e uma importância maior ao seu release.



## Boilerplate e informações de contato:

O boilerplate é um descritivo sobre sua empresa com informações relevantes como: quem é sua empresa, quanto tempo está no mercado, quais os serviços/produtos que oferecem, quantos funcionários a companhia possui e quais as cidades/países em que atua. Além disso, inclua os certificados ou prêmios que a empresa ganhou. Isso transmitirá aos veículos de imprensa alguns dos seus valores.

### **Sobre a PR Newswire**

Empresa líder global em serviços de distribuição e monitoramento de notícias, a PR Newswire ([www.prnewswire.com.br](http://www.prnewswire.com.br)) oferece conteúdo para auxiliar as organizações na tomada de decisões estratégicas. Pioneira da indústria de distribuição de notícias empresariais e corporativas há mais de 60 anos, a PR Newswire conecta clientes com audiências em mais de 170 países e em mais de 40 idiomas, por meio de uma rede de veículos de mídia, jornalistas e formadores de opinião. Os conteúdos distribuídos pela PR Newswire alcançam mais de 39 mil jornalistas na América Latina, com publicação instantânea em uma ampla rede de sites parceiros: são 220 na América Latina e 110 no Brasil, incluindo as maiores agências de notícias. A PR Newswire possui escritórios em 16 países na América do Sul, Central e do Norte, Europa, Ásia e no Oriente Médio, garantindo presença global também através de afiliações exclusivas com as principais agências de notícias do mundo. Possui dois escritórios na América Latina, sendo um no Brasil e um no México, para garantir a adaptação das estratégias globais aos mercados locais.

### **Relações com à imprensa:**

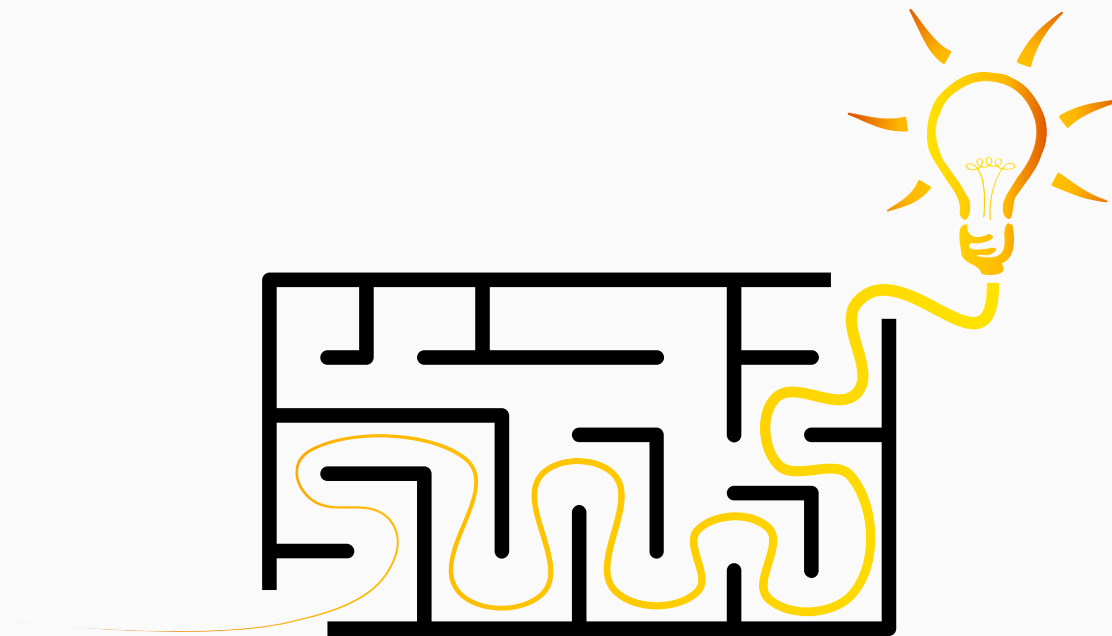
Contato do responsável

Como escrever um bom press release





# RESUMINDO TUDO QUE VIMOS ATÉ AGORA...



Como escrever um bom press release

# Passo-a-passo da construção de um Press Release

## Título: Insira um título

*Escreva um título flexível com até 100 caracteres, para que ele possa ser publicado em um artigo jornalístico ou compartilhado nas redes sociais.*

## Subtítulo: Insira um subtítulo

*O subtítulo deve complementar as informações destacadas no título e conter as principais informações sobre o texto.*

## Local de Origem e Data: Insira a cidade e a data

*Exemplo: CIDADE, XX de XXXX de 20XX*

## Primeiro Parágrafo: Insira as Informações interessantes

*Comece o parágrafo com uma informação relevante para capturar a atenção do leitor.*

## Call-to-Action: Insira um link

*Insira um link convidativo após o primeiro ou segundo parágrafo. Quanto menos links em seu comunicado, mais direcionados serão seus resultados.*

## Corpo do Texto: Insira outras informações ao texto

*Conte a sua história de forma simples e objetiva. Use aspas, divida o texto em tópicos ou com bullet-points. Negrito e subtítulos garantem a atenção do público e fazem o seu comunicado mais eficiente e objetivo para o público.*

## Boilerplate e Contato: Insira o descritivo e contatos

*Coloque as informações sobre a sua empresa. Os jornalistas podem precisar dessas informações para construir uma reportagem. Não se esqueça de fornecer suas informações de contato e indicar os responsáveis pela publicação.*



MAS, DO QUE ADIANTA SABER  
ESCREVER UM PRESS RELEASE  
SE VOCÊ NÃO SOUBER COMO  
ALCANÇAR O PÚBLICO CERTO?

# Distribuição Além das Fronteiras

A forma com que as empresas se relacionam com a imprensa é muito diferente comparado aos Estados Unidos, Europa e Ásia.

Emplacar uma notícia em um grande veículo de imprensa nem sempre é fácil. Há muitos fatores que influenciam esse processo como o relacionamento do assessor de imprensa com os jornalistas, a importância da notícia, o dia em que será divulgada, entre outros.

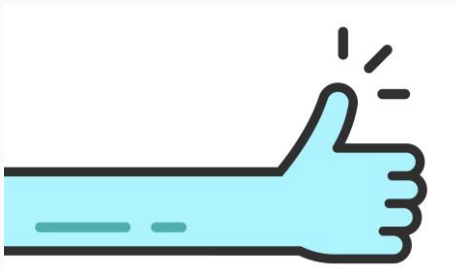
Há mais de 60 anos no mercado, a PR Newswire é uma empresa global, líder em distribuição e monitoramento de notícias.

Com a distribuição via wire, a PRN garante que seu press release seja publicado em mais de 130 portais, dentre eles: Agência Estado, Exame, O Globo, Uol, Yahoo, entre outros. Além dos parceiros, a PR Newswire tem a maior base de dados de jornalistas cadastrados. No Brasil são aproximadamente 25 mil.

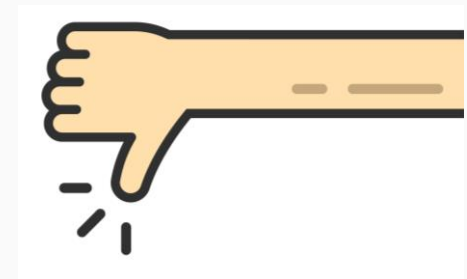


O QUE VOCÊ ACHOU?  
TE AJUDAMOS COM ESTE CONTEÚDO?

MANDE A SUA OPINIÃO:  
[COMUNICACAO@PRNEWSWIRE.COM.BR](mailto:COMUNICACAO@PRNEWSWIRE.COM.BR)



Como escrever um bom press release



# PR Newswire

a **CISION** company

Somos líderes globais em serviços de comunicação e marketing, oferecendo soluções para que organizações se conectem, monitorem e dialoguem com os seus públicos-alvo em todo o mundo.

Pioneira da indústria de distribuição de notícias comerciais, há mais de 60 anos a PR Newswire conecta clientes com audiências em mais de 170 países e em mais de 40 idiomas, por meio de uma rede incomparável de veículos de mídia, jornalistas e formadores de opinião.



BLOG



TWITTER



SITE

## **PR Newswire Brasil**

Av. Paulista, 688 – 12º Andar CEP: 01310-100

São Paulo - SP - Brasil

55 11 2504-5154