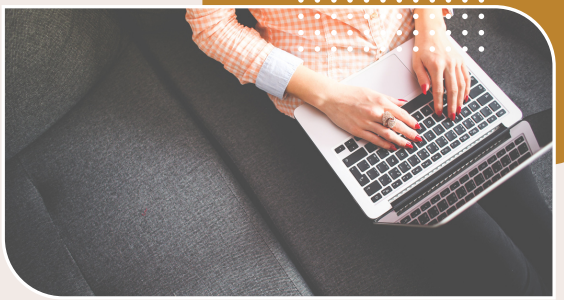
INSCREVA-SE AQUI!

Escrita Digital
15/10, das 9h às 13h
com Rui Guerreiro

Storytelling e Dados
22/10, das 9h às 13h
com Ana Pinto Martinho

Redes Sociais e SEO
29/10, das 9h às 13h
com Ricardo Rosa



Sindicato dos Jornalistas

A Formação

Estão abertas as inscrições para o Módulo I da Formação em Jornalismo Digital, uma iniciativa do Sindicato do Jornalistas (SJ) em parceria com a Federação Europeia de Jornalistas (FEJ).

Esta formação é gratuita e está estruturada em três sessões com os seguintes temas: Escrita Digital (15/10), Storytelling e Dados (22/10) e Redes Sociais e SEO (29/10), a serem ministradas por Rui Guerreiro, Ana Pinto Martinho e Ricardo Rosa, respetivamente, na sede do Sindicato dos Jornalistas.

Jornalismo **Digital I**

Escrita Digital

Escrever no digital é um desafio para quem vem da escrita do papel. Não porque é um jornalismo diferente, mas porque tem de se escrever de forma mais adequada ao meio e ter em conta os elementos multimédia.
Nesse sentido, este workshop pretende conferir competências para se escrever da forma mais correta para os suportes digitais.

Conteúdo Programático

1. As linguagens do digital: texto, som, imagem fixa, vídeo, infografia
2. O texto como conteúdo: olhar para o texto como parte de um conteúdo digital
3. Comportamento do cibernauta: estudos e investigações
4. Texto e hipertexto: pensar de forma diferente o texto que se escreve
5. Escrita por blocos e pirâmide invertida: como aplicar a pirâmide invertida ao digital
6. Titular e legendar: chamar a atenção e complementar a informação
7. Escrita para outros suportes multimédia: redes sociais

Biografia

Deves estar a perguntar-te: "Mas quem é este Rui Guerreiro?" Uma pergunta perfeitamente compreensível. Eu se fosse ter uma formação comigo, também o faria. Aliás, poderia contar-te uma história muito bonita de que durante nove anos fiz jornalismo em rádio, na TV, em revista e no digital... E que ainda fiz durante uns nove anos Marketing Digital (SEO e Gestão de Redes Sociais).

Mas não tens tempo para isso! O que te interessa saber é que sou Formador nas áreas de Jornalismo e de Marketing Digital há cerca de dez anos (mais coisa, menos coisa! Tenho de confirmar no Certificado), no Cenjor (Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas) e outros centros de formação... Claro que se quiseres saber mais sobre mim, sempre podes perguntar por aí...

Rui Guerreiro

Storytelling e Dados

Conteúdo Programático

1.Definição de Storytelling
O que é o Storytelling.
O arco narrativo: lógica horizontal, lógica vertical.

2.Contar histórias (com dados) visualmente
As categorias ICCOR – que representação gráfica para cada categoria?
O texto e a mensagem
A importância do título

3.Visualização de dados no mundo digital
Algumas ferramentas e estratégias

4.Exercício final

Biografia

Ana Pinto Martinho é a editora do European Journalism Observatory em português, ensina Redes Sociais Online (Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação), Jornalismo de Dados (Pós-Graduação de Jornalismo) e Storytelling (Pós-Graduação em Visualização e Curso de especialização em Visualização de Informação), no ISCTE – IUL. É ainda investigadora do OberCom e assistente de investigação do CIES-IUL. Dedica-se também à formação no Cenjor – Centro Protocolar de Formação para Jornalistas, onde ministra formação nas áreas do jornalismo de dados, do multimédia e da gestão das redes sociais, na Direção-Geral da Qualificação dos Trabalhadores em Funções Públicas – INA, onde é responsável pelos cursos de Técnicas de Redação Online.

Atualmente está a trabalhar no seu doutoramento, em Ciências da Comunicação, no ISCTE. Tem um Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação (ISCTE) e uma Licenciatura em Comunicação Social (UBI).

Ana Pinto Martinho

Redes Sociais e SEO

Conteúdo Programático

São cada vez menos as pessoas que acedem diretamente a sites de marcas de notícias. Os motores de busca e as redes sociais são as portas de entrada mais frequentes para aceder a notícias, em que os "gatekeepers" que organizam e a hierarquizam a informação não são jornalistas. Daí, é fundamental otimizar as nossas histórias e páginas para que sejam escolhidas pelos algoritmos e lidas pelo público.

1. A importância dos algoritmos
Como os portugueses consultam e consomem notícias

2. O que é SEO
Tendências de pesquisa; como o Google "lê" as páginas de sites; otimização de imagens, links e outros elementos da história; estrutura de um site e páginas de tópicos; cobertura de eventos de agenda; preparação e otimização da cobertura de notícias de última hora; o ecossistema Google; elementos técnicos na construção de páginas

3. Partilhas nas redes sociais
Tipos de publicações nas redes sociais; hashtags; consistência e frequência; identificação das publicações com mais interações; ferramentas de gestão e otimização.

4. Medir resultados
A importância de definir objetivos e escolher métricas chave para medir resultados; análise e comparação dos resultados (os próprios e os da concorrência)

Biografia

No mundo do jornalismo digital há mais 22 anos, foi um dos fundadores da SIC Online e jornalista coordenador do site da SIC Notícias. Depois de 18 anos na redação, é agora gestor de produto digital no grupo Impresa. O que faz um gestor de produto? Centra as atenções na experiência e nas necessidades dos utilizadores - afinal de contas, é para as pessoas que o jornalismo é feito todos os dias, certo?
Licenciado em Jornalismo na Escola Superior de Comunicação Social, já foi professor convidado da Pós-Graduação de Jornalismo Multimédia, na Universidade Nova de Lisboa, e é atualmente também formador do Cenjor.

Ricardo Rosa

Morada: Rua dos Duques de Bragança, 7E
1249-059 Lisboa
E-mail: sj@sinjor.pt
Telefones: 21 346 43 54 / 21 346 71 75

Horário de atendimento:
Segunda a quinta, das 10h30 às 13h00 e das 14h00 às 18h00. À sexta-feira, o atendimento é assegurado à distância.