

# Atraindo atenção para seu projeto livre – versão 2.0

Um guia com 10 dicas para ajudar a planejar a divulgação de projetos e eventos livres no Brasil  
Augusto Campos BR-Linux.org ano 10

**S**e você quer que seu projeto, software ou evento seja notado, pode contar com vários recursos: sites, blogs, listas, podcasts, e até a imprensa especializada em informática. Mas se você quer ser divulgado, precisa mandar o seu recado! Se não conta com uma assessoria de imprensa especializada, seguir as dicas abaixo pode ser um bom começo.

- 1 Destinatários:** Escreva usando os formulários de envio de notícia ou sugestão de pauta dos sites, sempre que houver. Não há problema em enviar o mesmo texto para vários destinos – é assim mesmo que funciona, você deve mandar para todos os potenciais interessados em publicar – segmentando e adaptando o texto, se for o caso. Mas evite enviar para endereços pessoais dos jornalistas, exceto em casos especiais.
- 2 Regra das 6 perguntas:** Antes de enviar, confira seu texto para verificar se ele indica claramente o que, quando, como, quem, onde e por que. Identifique-se, forneça uma forma de contato (indicando se pode ser publicada ou não) e ofereça uma URL de referência!
- 3 Ética:** Não jogue fora sua credibilidade antes mesmo de conquistá-la. Seja honesto. Não dê a entender que recursos planejados já estão implementados. Não assuma como seu o crédito que cabe a outra pessoa ou projeto. Se o software ainda não está pronto para o usuário final, deixe isso bem claro – e diga quem você espera que se interesse por ele no estágio atual.
- 4 Exageros:** Cuidado com comparações e hipérboles, principalmente de origem ideológica. Dizer que o Gimp faz **tudo** que o Photoshop faz, ou que o Wine permite rodar **qualquer** software do Windows pode ser pior do que não mencionar estes sistemas.
- 5 Calendário:** Não deixe para a véspera, mas também não antecipe demais. Siga o exemplo de Linus Torvalds, que só anunciou o seu kernel quando já podia dizer o que ele era, sem se limitar ao que ele pretendia que um dia fosse. Mas se for enviar material para uma revista, mande com pelo menos 2 meses de antecedência.
- 6 Tic-Tac, Tic-Tac:** Quando enviar o comunicado, não fique ansioso: em geral, o pior que pode acontecer é ele simplesmente não ser publicado. Difícilmente você receberá algum contato informando sobre a publicação ou não, exceto se o jornalista precisar de algum detalhe ou suspeitar que você não escreveu a verdade – e neste caso, podem acontecer coisas bem piores...
- 7 Primeiro parágrafo:** O truque mais básico é incluir um resumo de até 50 palavras no começo do texto. E não exagerar no tamanho do restante, pois é um anúncio, e não um manual! Embora não seja sempre verdade, faça de conta que o editor vai escolher se quer ou não publicar seu texto já ao terminar de ler o primeiro parágrafo.
- 8 Vantagem comparativa:** Concentre-se no seu diferencial. Se você estiver anunciando uma distribuição, não comece dizendo a versão do kernel, do KDE ou do Firefox – destaque o que a torna diferente de todas as outras da mesma safra! A não ser que o seu foco seja mesmo político ou ideológico, pode valer mais a pena concentrar-se nos aspectos técnicos. A licença é importante, mas nem sempre precisa ser a estrela da festa.
- 9 Formato:** Use um formato que possa ser lido e editado por todos. Se quiser ser inclusivo, troque as imagens, DOCs, ODFs e PDFs por um simples TXT. Se for por e-mail, escreva diretamente na mensagem, use um subject curto e completo, e esqueça os anexos – se precisar disponibilizar um arquivo, mande a URL dele! Não faça como algumas assessorias que acham genial mandar notas e convites na forma de uma bela imagem – cujo texto não pode ser colado, editado ou aproveitado de forma nenhuma.
- 10 Capricho:** É melhor um anúncio mal escrito do que a ausência de anúncio, mas não dê impressão de descaso ou desleixo: mostre que se esforçou – incluindo acentos, pontuação e uso adequado de maiúsculas e minúsculas. Escreva frases em parágrafos, e não em um conjunto de itens como se fosse um slide. Por outro lado, não perca 2 noites tentando fazer o anúncio perfeito: se o tema for interessante, irá surtir efeito mesmo se você não souber como se formata um press-release.

## Referências

[www.newsforge.com/article.pl?sid=04/04/07/1549228](http://www.newsforge.com/article.pl?sid=04/04/07/1549228)  
[www.newsforge.com/article.pl?sid=04/04/25/1411229](http://www.newsforge.com/article.pl?sid=04/04/25/1411229)  
[www.netpress.org/careandfeeding.html](http://www.netpress.org/careandfeeding.html)

A **versão online deste documento** pode ser encontrada em [www.br-linux.org/divulgue](http://www.br-linux.org/divulgue)

**Envie uma cópia deste documento para seus amigos!**

## Quem deve ser avisado?

O BR-Linux.org está sempre interessado em receber seus comunicados, use o link “Enviar notícia” na capa do site. Muitos outros sites nacionais costumam publicar notícias da comunidade – não dá para citar todos, mas procure em Dicas-L, LinuxSecurity, NoticiasLinux, UnderLinux, InfomediaTV, PSL-BR. Tente também revistas como a Linux Magazine e PC Master, e os cadernos de informática dos jornais. Se o projeto tiver interesse internacional, tente LWN, NewsForge e LinuxToday.