

JeffreyGroup

NEW YORK MIAMI MEXICO CITY BRASILIA RIO DE JANEIRO SÃO PAULO BUENOS AIRES

www.jeffreygroup.com

Key messages

moz://a

- ❖ **Branding without walls**
- ❖ **The internet it's at the heart of what we do**
- ❖ **The most passionate brand on the internet**

- “ A nossa missão é garantir que a Internet seja um recurso público global, aberto e acessível a todos;
- “ Apoiamos uma Internet que realmente coloque as pessoas em primeiro lugar, onde os indivíduos podem moldar sua própria experiência e são capacitados, seguros e independentes;
- “ Somos uma comunidade mundial de pensadores e apaixonados por tecnologia trabalhando juntos para manter a Internet viva e acessível para que todas as pessoas sejam contribuidoras e criadoras da Web;
- “ Acreditamos que o trabalho comunitário em uma plataforma de código aberto é essencial para nosso crescimento pessoal e para o futuro da sociedade.

Manifesto

The logo for moz://a, featuring the text "moz://a" in white lowercase letters on a black rectangular background. The logo is positioned in the top right corner of the page, partially overlapping a decorative graphic of overlapping white triangles.

1. A Internet é parte integral da vida moderna - componente chave para educação, comunicação, colaboração, negócios, entretenimento e para a sociedade como um todo.
2. A Internet é um recurso público global que deve permanecer aberto e acessível.
3. A Internet deve enriquecer a vida das pessoas como seres humanos.
4. A segurança e a privacidade das pessoas na Internet são prioridades, e não devem ser tratadas como opções.
5. As pessoas precisam ter a capacidade de moldar a Internet e suas experiências com ela.
6. A efetividade da Internet como um recurso público depende de interoperabilidade (protocolos, formato de dados e conteúdo), inovação e participação descentralizada mundialmente.
7. Software livre e aberto promovem o desenvolvimento da Internet como um bem público.
8. Processos transparentes e com a colaboração da comunidade resultam em confiança e coletividade.
9. O envolvimento de empresas no desenvolvimento da Internet pode trazer muitos benefícios, mas é preciso ter um equilíbrio entre os lucros e a preocupação com as pessoas.
10. Ampliar o benefício público promovido pela Internet é um importante objetivo ao qual vale dedicar tempo, atenção e compromisso.

Dicas

moz://a

LEMBRE-SE

Domínio das informações, treino e o uso de algumas técnicas facilitam a condução da entrevista pelo porta-voz. Algumas frases simples de transição podem ajudar o porta-voz a não deixar o repórter conduzir a entrevista para assuntos fora do escopo:

- “ O ponto-chave desse assunto é...
- “ Isso deve ser considerado num contexto mais amplo...
- “ Gostaria antes de explicar que...
- “ O que eu realmente acho importante de destacar é...
- “ Por outro lado...
- “ Isto me permite reforçar que ...
- “ Gostaria de me centrar na principal questão...
- “ Isso me lembra que...
- “ Deixe-me apenas acrescentar...
- “ Esse é um ponto importante porque...

O porta-voz fala em nome de sua empresa, por isso não pode dar opiniões pessoais. Tudo o que ele fala é uma declaração pública da sua companhia.

- Afine o discurso com a comunicação corporativa antes da entrevista
- Estude a publicação e o interlocutor
- Saiba as mensagens-chave da empresa e de sua área
- Tenha material de apoio, apresente dados . valores, porcentagens, dados de mercado
- Esteja sempre pronto para uma fotografia
- Fale em nome da empresa. Evite posições pessoais, especialmente polêmicas
- Seja didático, utilize exemplos simples para explicar conceitos, produtos e circunstâncias
- Seja conciso e claro - fale em %manchete+
- Corrija o repórter se necessário
- Evite termos em inglês, use linguagem simples
- Evite citar o nome de outra empresa
- Mantenha o controle da entrevista, direcionando-a para os assuntos de interesse
- Preste atenção à postura, entonação, movimentos
- Seja honesto
- Tome cuidado! Mesmo que a entrevista tenha acabado, você continua diante de um repórter

DON'Ts

moz://a

- Não entregue seu cartão de visitas. O jornalista sempre tentará entrar em contato diretamente com você, especialmente nas situações de crise
- Não fale em off
- Não dê opiniões pessoais
- Não diga nada que não deva ou queira ver publicado
- Não seja ambíguo nem saia do assunto principal
- Não dite declarações, isto é encarado de forma ofensiva
- Nunca peça para ler a matéria antes da publicação
- Não fale sobre concorrentes, rumores ou especulações, mesmo se provocado
- Não fale em siglas
- Não limite a resposta à pergunta . aproveite para passar suas mensagens
- Não responda uma pergunta cuja resposta você não domina
- Não entre em polêmica com o jornalista, não se deixe provocar
- Não divulgue números não-autorizados
- Não deixe o repórter parafrasear você
- Não confunda relacionamento com intimidade

JeffreyGroup

Obrigado!
Thank you!
¡Gracias!

www.jeffreygroup.com