



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

| Plano de Ensino | | | |
|---|---|------------------------------|-------------|
| Universidade Federal do Espírito Santo | | Campus: Goiabeiras | |
| Curso: Jornalismo – 5º período – 2º semestre especial 2021 - Earte | | | |
| Departamento Responsável: Comunicação Social | | | |
| Data de Aprovação (Art. nº 91): Reunião Depcom. | | | |
| Docente Responsável: Dr. José Antonio Martinuzzo | | | |
| Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4775977E6 | | | |
| Disciplina: Assessoria de Imprensa | | Código: 04830 | |
| Pré-requisito: | Não consta | Carga Horária Semestral: 60h | |
| Créditos: 04 | Distribuição da Carga Horária Semestral | | |
| | Teórica | Exercício | Laboratório |
| | 4h | 0 | 0 |
| Ementa: Assessoria de Imprensa: a dimensão histórica e teórica. Assessoria de Imprensa (AI) e políticas de comunicação. Modalidades de assessoria de imprensa. A organização de um plano de assessoria de imprensa. Avaliação da eficácia do trabalho de assessoria de imprensa. A assessoria de imprensa como mercado de trabalho. Avaliação da experiência brasileira de assessoria de imprensa. Produtos de assessoria de imprensa. Assessoria política, marketing e comunicações: conceitos, limites e posições. Análise de cenários. Publicações voltadas para público interno nas organizações. | | | |
| Objetivos: Geral: Discutir conceitos e aplicar práticas da Assessoria de Imprensa, a partir de reflexão acerca do paradigma sociocultural e econômico que lhe confere posição de destaque no campo comunicacional contemporâneo. Específico: Dominar conhecimento técnico e estratégico sobre o ferramental da prática da Assessoria de Imprensa, assim como das interfaces com outras áreas e atribuições da Comunicação Organizacional. | | | |
| Conteúdo Programático: Módulo 1 – O que é assessoria de imprensa Aula 1- Assessoria de imprensa e Comunicação Organizacional Estratégica em Rede (COER) - Identidade, posicionamento e imagem - Públicos-alvo Aula 2 - Trajetória Aula 3 - Fundamentos Aula 4 – Assessorias e redações: parceria ou disputa Aula 5 – Interesse público e agenda em comum | | | |

Módulo 2 – Onde fazer assessoria de imprensa

Aula 6 - Comunicação em rede e dieta de mídia

Módulo 3 – Por que fazer assessoria de imprensa

Aula 7 - Mídiação

Aula 8 - Autoridade jornalística

Aula 9 - Objetividade. Senso comum. Mitologias. Intermediários

Módulo 4 – Como fazer assessoria de imprensa

Aula 10 - Ética

Aula 11 - Meios

Aula 12 - Meios

Aula 13 - *Modus operandi*

Módulo 5 – Quem faz assessoria de imprensa

Aula 14 - Perfil e atributos do assessor de imprensa

Módulo 6 – Quando fazer assessoria de imprensa

Aula 15 - Estratégia temporal no instantaneísmo

Metodologia:

A partir da leitura e estudo assíncronos de material didático especialmente elaborado e fornecido pelo professor em formato digital aos alunos, contemplando todas as aulas previstas, para uso exclusivo durante o Earte, haverá apresentação/explicação pelo docente de cada tópico do programa, com discussões síncronas, às terças-feiras, a partir das 8h, em tempo não inferior a 40% das aulas previstas, na plataforma Google Classroom/Google Meet (<https://meet.google.com/lookup/a4gagpspb5?authuser=0&hs=179>). O restante do tempo será destinado à leitura e ao estudo assíncrono por parte dos discentes, com o suporte do professor, como medida de preparação para etapa síncrona das aulas e avaliações.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

A nota final será atribuída pela média das notas obtidas em dois trabalhos dissertativos escritos, feitos na modalidade assíncrona, acerca dos temas/questões discutidos sincronamente, de acordo com o programa.

Bibliografia básica:

D'ANCONA, Matthew. *Pós-Verdade*. São Paulo: Faro Editorial, 2018.

DUARTE, Jorge (org.). *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia*. 4º ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MARTINUZZO, José Antonio. *Seis questões fundamentais da assessoria de imprensa estratégica em rede*. Rio de Janeiro: Mauad, 2013.

Bibliografia complementar:

ASSAD, Nancy Alberto, PASSADORI, Reinaldo. *Media Training – como construir uma comunicação eficaz com a imprensa e a sociedade*. São Paulo: Gente, 2009.

BARBERO, Heródoto. *Mídia training – como usar a imprensa a seu favor*. São Paulo: Saraiva, 2008.

DUNKER, Christian et al. *Ética e pós-verdade*. Porto Alegre: Dublinense, 2017.

FENAJ. *Manual dos Jornalistas em Assessoria de Imprensa*. Brasília, 2001.

GANDOUR, Ricardo. *Jornalismo em retração, poder em expansão*. São Paulo: Summus, 2020.

MAFEI, Maristela. *Assessoria de Imprensa – como se relacionar com a mídia*. São Paulo: Contexto, 2004.

MARTINUZZO, José Antonio. *Os Públicos Justificam os Meios – Mídias customizadas e comunicação organizacional na economia da atenção*. São Paulo: Summus, 2014.

_____. *Seis questões fundamentais da comunicação organizacional estratégica em rede*. Rio de Janeiro: Mauad, 2013.

MELLO, Patrícia Campos. *A máquina do ódio*. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

ORIGGI, Gloria. *Reputation: What it is and why it matters*. New Jersey: Princeton University Press, 2018.

RIBEIRO, Vasco. *Assessores de imprensa e jornalistas*. Porto (PT): Afrontamento, 2016.