



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 – 2024/1			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº 91): Reunião Depcom 19/02/2024.			
Docente Responsável: Dr. José Antonio Martinuzzo			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: <a href="http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4775977E6">http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4775977E6</a>			
Disciplina: Assessoria de Imprensa		Código: COS04830	
Pré-requisito:	Não consta	Carga Horária Semestral: 60h	
Créditos: 04	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	4h	0	0
<b>Ementa:</b> 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.			
<b>Objetivos:</b> <b>Geral:</b> 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. <b>Específico:</b> 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.			
<b>Conteúdo Programático/Cronograma:</b> <b>Módulo 1 – O que é assessoria de imprensa</b> 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  <b>Módulo 2 – Onde fazer assessoria de imprensa</b>			

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:**

Aulas expositivas e dialogadas, com suporte de textos e estudos de caso indicados.

**CrITÉRIOS/Processo de avaliação da aprendizagem:**

A nota final será atribuída pela média das notas obtidas em duas provas escritas.

**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.

BUCCI, EUGÊNIO. *A superindústria do imaginário*. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

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

CRUZ, Augusto. *Introdução ao ESG*. São Paulo: Scortecci, 2021.

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. *Ciberbarroco: Biopoder na digitalidade*. Rio de Janeiro: Mauad, 2023.

\_\_\_\_\_. *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.

SANTOS, Flávio. *Economia da influência*. São Paulo: Gente, 2022.

TEIXEIRA, Patrícia Brito. *Caiu na rede. E agora? Gestão de crises nas redes sociais*. São Paulo: Évora, 2019.