



Disciplina: Assessoria de Imprensa: relacionamento a imprensa, gestão e produção de mídias sociais

Código: COM 340

Turma: MX

Carga horária: 60 horas/aula

Créditos: 4

Classificação: G9

Curso: Comunicação Social

Pré-requisito: -

Período Letivo: 2017/1

Aulas: 4^a feira / 19h às 22h30

Professora: Regiane Lucas Garcêz

EMENTA

As relações entre as organizações, mídia e sociedade. Abordagem complexa da assessoria de imprensa. Relacionamento com os *media* a partir dos meios digitais. Consultoria de mídia, mídia das fontes e produção de conteúdo. Atividades práticas em assessoria de imprensa. Treinamentos em mídia. Análise de mídia. A relação do assessor com o cliente, com a mídia e com a sociedade. Reflexão sobre a profissão e a ética no trabalho do assessor. Gestão e produção para mídias sociais

OBJETIVOS

- Compreender a dinâmica da atividade de assessoria de imprensa a partir de uma abordagem complexa de modo a interrelacionar a atividade com aspectos sociais mais amplos que envolvem os *media* e a sociedade;
- Promover uma percepção contemporânea e complexa da atividade de modo a dissociá-la da visão unidirecional assessor - meios tradicionais de imprensa;
- Incorporar a dinâmica digital às atividades de relacionamento com os *media*, compreendendo-as as organizações também como produtoras de mídia e de conteúdo jornalístico;
- Conhecer a rotina profissional do assessor de imprensa;
- Compreender as relações e os conflitos entre a profissão de assessor de imprensa e a profissão jornalística;
- Proporcionar contato com as diferentes ferramentas, processos e meios da atividade de assessoria de imprensa.
- Realizar estudos de caso.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I: Assessoria de imprensa e os dilemas clássicos

Assessoria de imprensa: uma atividade das relações públicas ou do jornalismo?

Assessoria de qual imprensa?

Valores de qual notícia?

Assessoria de imprensa e assessoria de comunicação

Assessoria de imprensa nos meios públicos: o paradoxo da visibilidade

UNIDADE II: Assessoria de imprensa na contemporaneidade

Por uma abordagem complexa da assessoria de imprensa

Relacionamento com os *media* e gestão da informação

Fazendo mídia: a mídia das fontes

Relacionamento com os *media* na era digital

Assessoria de imprensa e produção de conteúdo organizacional

UNIDADE III: Métodos, processos e meios de relacionamento com os *media*

Quando, como e onde?: identificação de ganchos, valores-notícia, meios e abordagens



Meios de comunicação tradicionais: house organs, newsletter

Instrumentos de divulgação: release, chamada e sugestão de pauta, *press kit*, eventos, entrevista individual e coletiva, exclusivas

Meios digitais: portais, blogs, enquetes, sala de imprensa virtual e redes sociais

Monitoramento e avaliação da presença e imagem das organizações nos *media*: clippings e sondagem de opinião

Relacionamento com a fonte

Mídia training

UNIDADE IV: Atividades práticas e estudos de caso

METODOLOGIA

- Aulas práticas e expositivas.
- Seminários;
- Atividades individuais e em grupo.

AVALIAÇÃO

Atividades práticas

Visitas a agências

Apresentação de trabalho

CRONOGRAMA (a ser divulgado no primeiro dia de aula)

BIBLIOGRAFIA

Básica

ARGENTI, Paul A; BARNES, Courtney M. **Sobrevivendo na selva da internet: como fazer uma comunicação poderosa na web e proteger a reputação de sua empresa.** São Paulo: Editora Gente, 2011.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: políticas e estratégias.** São Paulo: Saraiva, 2009.

BUENO, W. C. . **Assessoria de imprensa e complexidade: superando os equívocos da teoria e da prática tradicionais.** In: XXII Encontro Nacional da Compós, 2013, Salvador. Anais do 22o Compós. Salvador : Compós, 2013. p. 1-17.

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de imprensa – Como fazer.** São Paulo: Summus, 2003.

COSTA, L.M.P. (org). **O X da questão: jornalistas de redação e de assessoria de imprensa.** Taubaté/SP: Papel Brasil, 2003.

Dalmonete, Edson Fernando. O blog da Petrobras e o jornalismo: de que aspectos éticos estamos falando?. Brazilian Journalism Research (Online), v. 6, p. 59-69, 2010.

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

FARIAS, Luiz Alberto de. Estratégias de relacionamento com a mídia. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **Gestão estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas.** São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008, p. 91-104.

LUCAS, Luciane (org). **Media training: como agregar valor ao negócio melhorando a relação com a imprensa.** São Paulo: Summus, 2007.

MARQUES, F. P. J. A. ; MIOLA, E.; SIEBRA, N. Jornalismo, Assessoria de Imprensa e seus condicionantes organizacionais: Uma reflexão a partir das Teorias do Jornalismo. **Animus**, v. 13, n° 25, p. 145-166, 2014.



SARTOR, B. A. ; **BALDISSERA, Rudimar** . Assessoria de Imprensa Imaginada. *Comunicação & Sociedade (Online)*, v. 32, p. 59-81, 2011.

SARTOR, B. A. ; **BALDISSERA, Rudimar** . Imagens-conceito da assessoria de imprensa: comunicação organizacional e jornalismo em diálogo. In: 20º COMPÓS, 2011, Porto Alegre. Anais do Encontro Anual da Compós. Porto Alegre: COMPÓS/PPGCOM-UFRGS, 2011. v.

SANT'ANNA, Francisco. **Mídia das fontes**: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro: um olhar sobre a ação midiática no Senado Federal. Brasília: Senado Federal, 2009.

Complementar:

CARVALHO, Cláudia, REIS, Léa Maria Aarão. **Manual Prático de Assessoria de Imprensa**. Rio de Janeiro : Elsevier, 2009.

HEIRES, Katherine. Mandamentos dos blogs corporativos. *Revista HSM Management Update*, n 32, maio de 2006

LUCAS, Luciane (org.). **Media training**. São Paulo: Summus, 2007.

SAAD CORRÊA, Elizabeth. **A comunicação digital nas organizações**: tendências e transformações. *Revista Organicom*. Edição Especial, n10/11, 2009. pp. 161-167

SCHAUN, Ângela, RIZZO, Esmeralda. **Agências de comunicação** – teoria e prática. São Paulo: Expressão e Arte Ed., 2009

TERRAZAS, Alessandra et alli (Org.) **Relações assessoria & redações**. São Paulo: Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo, 1999.