

## Ensino de Assessoria de Comunicação: métodos colaborativos na universidade

Communications Department: collaborative  
methods at university



DENISE REGINA STACHESKI<sup>1</sup>  
FERNANDA CARRARO DAL-VITT<sup>2</sup>

### RESUMO

Este estudo apresenta uma discussão teórica sobre o método colaborativo de aprendizagem e a descrição de atividades de extensão - implementadas no curso de Jornalismo da Universidade Tuiuti do Paraná, através da disciplina de Assessoria de Comunicação. Parte-se da premissa que ao promover a integração entre teoria e prática, o aluno está preparado para exercer suas atividades profissionais de forma competente e condizente com as necessidades do mercado de trabalho.

### PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo. Assessoria de Comunicação. Extensão. Entrevistas. Organização de eventos.

### ABSTRACT

This study presents a theoretical discussion of collaborative learning method and the description of outreach activities - implemented in Journalism course at the Universidade Tuiuti do Paraná through the Communications Department of discipline. It starts with the premise that by promoting the integration of theory and practice, the student is prepared to exercise their professional activities in a competent and consistent with the needs of the labor market.

### KEYWORDS

Journalism. Communication Department. Extension. Interviews. Event organization.

Recebido em: 04/11/2014. Aceito em: 26/05/2015.

<sup>1</sup> Doutora e mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Bacharel em Comunicação Social/Relações Públicas pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professora dos cursos de Administração e Comunicação Social/Jornalismo da UTP. E-mail: [denisereginastacheski@gmail.com](mailto:denisereginastacheski@gmail.com). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8870948176467388>.

<sup>2</sup> Doutoranda e mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Especialista em Comunicação Estratégica em Negócios pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR) e em Marketing pela FAE Business School (FAE). Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Positivo (UP). Professora do curso de Comunicação Social/Jornalismo da UTP. E-mail: [fernandacarrarovitt@bol.com.br](mailto:fernandacarrarovitt@bol.com.br). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1279837584054359>.

## 1 INTRODUÇÃO

Muito mais do que criar vínculo com a mídia, os profissionais que atuam em assessorias de comunicação devem servir como intermediários entre as informações disponíveis de uma organização e os *stakeholders*<sup>3</sup> atuais, potenciais e com o público em geral.

É função do assessor de comunicação, segundo o Manual de Assessoria de Comunicação da Federação Nacional dos Jornalistas (2007), estabelecer uma imagem comprometida com os seus públicos; criar canais de comunicação internos e externos que divulguem a organização; detectar os assuntos que podem ser aproveitados como material jornalístico; criar instrumentos que permitam mensurar os resultados das ações desenvolvidas; criar um plano de comunicação; avaliar a atuação da equipe de comunicação; preparar as fontes das organizações para que atendam às demandas da equipe de comunicação; colaborar para a compreensão da sociedade do papel da organização e desenvolver uma relação de confiança com os veículos de comunicação.

A ampliação das atividades das Assessorias de Imprensa nos últimos anos levou o profissional jornalista a atuar em áreas estratégicas das empresas, tornando-se um gestor de comunicação. E isso privilegiou a integração de outros profissionais – relações públicas, propaganda e publicidade – numa equipe multifuncional e eficiente. Ao jornalista têm-se abertas oportunidades de atuar como estrategista na elaboração de planos de comunicação mais abrangentes. Esses planos devem privilegiar uma comunicação eficiente não apenas junto à imprensa, mas posicionando as organizações de forma a estabelecer uma interlocução com ética e responsabilidade social, comprometida com os valores da sociedade junto aos seus mais diversos públicos. (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2007, p. 7).

Importante salientar que os conceitos de Assessoria de Comunicação e Assessoria de Imprensa são diferentes. Assessoria de Imprensa é o relacionamento da empresa (seja ela pública, privada ou terceiro setor) com a imprensa. Já, a Assessoria de Comunicação envolve o relacionamento com todos os públicos organizacionais. Mas, como afirma Galiego (2013, p. 1), “entretanto, não é raro as assessorias de imprensa exercerem o papel da assessoria de comunicação.”

---

<sup>3</sup> Segundo Wright; Kroll; Parnell (2009, p. 3), os *stakeholders* incluem “não apenas os administradores e funcionários, mas também os proprietários da empresa (acionistas), fornecedores, clientes, credores e membros da comunidade.”

## **Ensino de Assessoria de Comunicação: métodos colaborativos na universidade**

As assessorias de comunicação se fortaleceram na medida que é imposto às organizações brasileiras uma gestão mais transparente, a partir de esclarecimentos, diálogos e construção de relacionamentos com os vários públicos envolvidos e à comunidade em geral (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2007).

Diante desta realidade empresarial e observada a necessidade de oferecer uma formação sólida na área, instituições de ensino superior inseriram em seu currículo a disciplina de Assessoria de Comunicação. Mas como planejar o processo de aprendizagem da assessoria de comunicação a partir de métodos colaborativos? Este estudo tenta responder à questão levantada a partir de uma série de eventos implementados na Universidade Tuiuti do Paraná (UTP).

## **2 A DISCIPLINA DE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E SUA IMPORTÂNCIA NO CURSO DE JORNALISMO**

104 |

A disciplina de Assessoria de Comunicação, integrante da matriz curricular do curso de Jornalismo da Universidade Tuiuti do Paraná, em 2014, alocada no sétimo período, com 72 horas, tem como objetivo capacitar alunos para a gestão da comunicação empresarial, incluindo temáticas como o planejamento estratégico de comunicação, técnicas voltadas à assessoria de imprensa; à comunicação interna e institucional; à organização de eventos corporativos.

A importância da disciplina na matriz curricular no curso de Jornalismo é reflexo do crescimento das assessorias de comunicação como campo de trabalho aos jornalistas.

Assim como afirma a Federação Nacional dos Jornalistas (2007, p. 5):

O segmento de assessoria está definitivamente consolidado no mercado de comunicação, constituindo-se na área que mais emprega jornalistas. É um momento marcante na história da profissão num tempo de profundas modificações nas relações de trabalho. O setor de comunicação institucional representa, atualmente, mais de 40% do mercado de jornalismo.

Adghirni (2005, p. 52) confirma que, em 2005, existia, em média, 60 mil jornalistas com registro profissional atuando nas assessorias de comunicação. O

mercado de trabalho nas assessorias de comunicação é o que mais cresce no Brasil.

Dados mais recentes também corroboram esta tendência. Segundo a pesquisa<sup>4</sup> *Perfil do jornalista brasileiro. Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico*, desenvolvida em 2012 pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina, em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas, 55% dos entrevistados trabalhavam em mídia (veículos de comunicação, produtoras de conteúdo etc.), 40% trabalhavam fora da mídia (assessoria de imprensa ou comunicação ou outras ações que utilizam conhecimento jornalístico) e 5% atuam na docência (na formação superior de jornalistas ou outras áreas do conhecimento).

Outro dado relevante abordado pela pesquisa sobre a atuação dos jornalistas brasileiros que trabalham fora da mídia aponta que 68,3% dos profissionais eram contratados principalmente como assessores de imprensa ou comunicação, ao passo que 31,7% exerciam outras funções.

O maior mercado de trabalho para os jornalistas brasileiros, a Assessoria de Imprensa, longe de executar uma tarefa rotineira, enfadonha e repetitiva, exige conhecimentos técnicos e uma consciência ética de suas influências na opinião pública. Incluída recentemente em currículos de algumas universidades, é uma área que exige muito – ao contrário do que muitos possam pensar –, pois requer do profissional de comunicação uma sistematização que lhe possibilite exercer a função com segurança e correção. (CHINEM, 2003, p. 11).

A partir desta realidade empresarial, o estudante de Jornalismo, que deseja prosseguir no campo da assessoria da comunicação, deve se aproximar, cada vez mais, dos ambientes empresariais, através de disciplinas na graduação e na educação continuada.

### **3 MÉTODOS COLABORATIVOS DE APRENDIZAGEM**

Dentro das universidades, e nos demais níveis educacionais, alternativas de estruturação do “saber escolar” e do “saber sistematizado” (SAVIANI, 2007),

---

<sup>4</sup> A enquête foi realizada com 2.731 jornalistas de todas as unidades da federação e do exterior. A coleta de dados online, por telefone e e-mail foi feita entre 25 de setembro e 18 de novembro de 2012.

## **Ensino de Assessoria de Comunicação: métodos colaborativos na universidade**

de gestão, de formação do professor, têm de ser replanejadas – um novo modelo de ensino-aprendizagem que promova a utilização dos recursos tecnológicos em favor do próprio ser humano. Um modelo de pensamento mais aberto, fundamentado na complexidade – que busque: interação com o ambiente, a comunicação com o ecossocial, o incentivo aos valores atitudinais dos indivíduos, o ensino perante as incertezas, a produção do conhecimento e o desenvolvimento de uma ação crítica e autônoma.

Enfim, uma nova consciência planetária. Essa postura almejada do sujeito social exige dos educadores e educandos uma participação ativa, um trabalho coletivo, um espírito de entreatajuda, de cooperação, de parcerias e de comunicação.

Os desafios educacionais da pós-modernidade consistem em preparar os indivíduos para a transitoriedade de todos os aspectos da vida, donde surge a necessidade da atualização constante e da emancipação dos homens, como sujeitos históricos. E isto significa afirmar que compete à educação compreender os desafios de uma sociedade cada vez mais informacional e globalizada, perscrutando as direções futuras e dialogando com uma realidade cada vez mais carregada de símbolos. (SCHAFRANSKI, 2005, p. 52).

106 |

No entanto, o que predomina, ainda, nas instituições de ensino é uma metodologia tradicional, dentro de um paradigma conservador, sistematicamente cartesiano, onde o educando recebe passivamente a informação fragmentada, sem que seja estimulada sua expressão criativa e transformadora (FREIRE, 2006), e sem que compreenda a visão das ciências e do mundo como um todo.

Avalos (apud MOREIRA; KRAMER, 2009, p. 1044) diz que “uma educação de qualidade capacita o indivíduo a se mover da situação de viver restritamente seu cotidiano, para tornar-se ativo na mudança de seu ambiente.” Em prol de reflexões e aplicações práticas para que uma educação de qualidade possa ser adquirida é fundamental uma reforma no pensamento e na formação do professor. Não bastam apenas novas técnicas e tecnologias se a estrutura do pensamento conservador e tradicional ainda se prioriza entre os docentes.

Parte-se da premissa que os métodos colaborativos de aprendizagem compreendem muito mais do que técnicas, mas, sim, filosofia de ensino. Como afirma Panitz (apud TORRES; ALCÂNTARA, 2004, p. 4):

Em todas as situações onde pessoas formam grupos, a aprendizagem colaborativa sugere uma maneira de lidar com as pessoas que respeita e destaca as habilidades e contribuições individuais de cada membro do grupo. Existe um compartilhamento de autoridade e a aceitação de responsabilidades entre os membros do grupo, nas ações do grupo. A premissa subjacente da aprendizagem colaborativa está baseada na construção de consenso por meio da cooperação entre os membros do grupo, contrapondo-se à ideia de competição, na qual alguns indivíduos são melhores que outros. Os praticantes da Aprendizagem Colaborativa aplicam essa filosofia na sala de aula, nas reuniões de comitê, com grupos comunitários, dentro de suas famílias e geralmente como um modo de viver e lidar com outras pessoas.

Práticas que favorecem um trabalho interdisciplinar. No entanto, não há muitas propostas de interações mútuas (PRIMO, 2007), de ensino com pesquisa e projetos colaborativos (ANDRÉ, 2001), de interdisciplinaridade nas universidades.

No entanto, para que uma proposta de aprendizagem colaborativa tenha sucesso, é fundamental que as atividades sejam planejadas de modo a provocar rupturas, desafiar os educandos, formar uma comunidade de aprendizagem coesiva e reflexiva, na qual os membros trabalhem para alcançar objetivos comuns enquanto respeitam a diversidade de ideias, valores, crenças e estilos de vida (TORRES; ALCÂNTARA, 2004).

Métodos coletivos de aprendizagem, metodologias por projetos e de formatação de grupos reflexivos no ensino superior permanecem submetidos a um paradigma conservador de ensino. É necessário repensar e transformar as metodologias de aprendizagem para algo mais desafiador e complexo.

## **4 PRÁTICAS COLABORATIVAS NA DISCIPLINA DE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO**

Pensando na utilização de metodologias que privilegiam a participação ativa do aluno na construção do conhecimento, a integração dos conteúdos, a interação entre o ensino, a pesquisa e a extensão, a ementa da disciplina Assessoria de Comunicação do curso de Jornalismo da Universidade Tuiuti do

## Ensino de Assessoria de Comunicação: métodos colaborativos na universidade

Paraná contempla discussões teóricas aliadas a experiências práticas com o objetivo de inserir o aluno em atividades didáticas relevantes para a sua vida profissional.

A disciplina de Assessoria de Comunicação é fundamentada a partir das teorias e práticas da comunicação organizacional, seguindo um viés da comunicação integrada (KUNSCH, 2003), na qual os discursos entre as diversas dimensões da comunicação são integrados a partir de uma mesma filosofia e valores.

Dentre as técnicas que são repassadas aos alunos estão à organização de eventos e os procedimentos para a realização de uma entrevista coletiva. Para a prática colaborativa, foi pensada, então, uma proposta de aprendizagem em grupo, na qual os alunos organizariam, implantariam e avaliariam uma série de eventos, registrados como atividades de extensão, integrando alunos, professores e comunidade interessada.

Assim, no período de 2008 a 2014, diversas turmas de Jornalismo da Universidade Tuiuti do Paraná organizaram 31 eventos de extensão, com temáticas voltadas a área de Comunicação Social; Jornalismo; Assessoria de Imprensa.

Cabe ressaltar que os alunos implementam todas as estratégias do 'pré', 'trans' e 'pós'<sup>5</sup> eventos. A seguir, a descrição dos passos da atividade:

1. O professor da disciplina de Assessoria de Comunicação, inicialmente, divide a sala em grupos e solicita aos alunos que desenvolvam ideias para o evento (temática; palestrante; público; local; datas e horários).
2. Os grupos estabelecem responsabilidades individuais – frente a equipe – nas etapas do evento (desde sua organização, sua implantação e sua avaliação).
3. Com estes dados em mãos, os alunos elaboram um projeto formal (contendo objetivos, justificativas, metodologias etc.) – que dará origem ao projeto de extensão da universidade.

---

<sup>5</sup>Pré-evento: definição e contratação de serviços – gastronomia, local, divulgação, receptivo, decoração e outros. Trans-evento: montagem, recepção, cerimonial, imprensa, outros. Pós-evento: avaliação, desmontagem, prestação de contas e outras providências.

4. Os alunos se responsabilizam por suas atividades e implementam suas partes no todo.
5. No dia do evento, os alunos são responsáveis por toda a logística do evento, bem como elaboram questões de relevância aos convidados, produzem a cobertura fotográfica do encontro, verificam presenças, elaboram o cerimonial e os demais protocolos necessários.
6. No final do evento, os alunos, com a mediação do professor da disciplina, discutem e avaliam todo o processo realizado, incluindo os pontos positivos e negativos.
7. Os alunos elaboram um relatório formal da atividade – a partir das discussões realizadas e enviam release para o *mailing* de imprensa contendo um resumo dos assuntos abordados no decorrer do evento.

De 2008 até o final de 2014, foram realizados 31 eventos, verificar tabela 1.

TABELA 1 – PROJETOS DE EXTENSÃO

Ano	Entrevistado / Palestra / Temática
2014	Entrevista coletiva com o jornalista Luiz Geraldo Mazza.
2014	Entrevista coletiva com Carlos Delgado. Diretor de Jornalismo da TV <i>E-Paraná</i> .
2013	Entrevista coletiva com o jornalista Walter Werner Schmidt.
2013	Voluntariado – Associação dos Amigos do HC. Com Sheila Meneghette.
2012	Entrevista coletiva com Guilherme Carvalho. Presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná.
2012	Entrevista coletiva com Eliseu Tisato. Editor-chefe do jornal <i>Indústria &amp; Comércio</i> .
2012	Entrevista coletiva com Wilson Soler. Editor-executivo e apresentador do <i>Bom Dia Paraná</i> da <i>RPCTV</i> .
2011	Bate papo com Luis Gustavo de Miranda - O mercado da propaganda.
2011	Entrevista Coletiva: Tudo sobre a <i>ÓTV</i> .
2011	Entrevista coletiva com Luciana Zenti - infotenimento - jornalismo de revista.
2011	Entrevista coletiva: Nadja Mauad - jornalismo esportivo.
2009	Coletiva de imprensa com o ator e diretor teatral Marco Zeni.
2009	Entrevista coletiva com os apresentadores do programa <i>PLUG</i> : Tatielle Vaz e Sergio Tavares.
2009	Coletiva de imprensa com o jornalista Cristiano Pereira dos Santos.
2009	Entrevista coletiva com a jornalista Mara Cornelsen.
2009	Entrevista coletiva com Rafael Tavares - <i>Tribuna do Paraná</i> .
2009	Entrevista coletiva com Edmar Colpani e Rosalmo Vargas. Radialistas da <i>Rádio Banda B</i> .
2009	Coletiva de imprensa com Adilson Arantes.
2009	Violência no trânsito e imunidade parlamentar - Cristina Yared.
2009	Coletiva com a correspondente internacional da <i>Telesur</i> Silvia Valim.
2009	Coletiva de imprensa com o MC Nel Sentimentum.
2009	Coletiva de imprensa com o jornalista Robson Silva.
2008	Entrevista coletiva com Heloísa Covolan. Sustentabilidade - um novo campo de trabalho para o profissional de comunicação.
2008	Entrevista coletiva com Gleisi Hoffmann. A ascensão da mulher na política brasileira.

## Ensino de Assessoria de Comunicação: métodos colaborativos na universidade

2008	Palestra: Torcida 91 rock.
2008	Entrevista coletiva com Davi Black. SEBAR - Seletiva estadual de Basquete de Rua.
2008	Bate papo com Suzana Possamai. Produção e pauta em telejornalismo.
2008	Elemídia: o crescimento de alternativas de mídias digitais e interativas para o público segmentado.
2008	A experiência de grandes profissionais e os segredos do mercado em OFF.
2008	Bate papo com Adriano Koehler.
2008	Comunicação Online – <i>Portal POP</i> , com Guilherme Rubira.

Fonte: As autoras.

Segundo a jornalista Roberta Ferreira de Mello, ex-aluna do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UTP, que em 2012 participou da organização da entrevista coletiva com o presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná, Guilherme Carvalho, a atividade contribuiu para a sua formação acadêmica no sentido de analisar de forma mais prática os conteúdos estudados em sala de aula. No seu ponto de vista, colocar a teoria em prática faz com que o aluno tenha a experiência de vivenciar o que poderá enfrentar depois de formado no seu dia a dia.

110 |

A atividade disciplina coletiva é bastante interessante e produtiva no sentido de aprendermos a controlar nossas emoções em situações adversas, controlar e organizar as perguntas da plateia, saber o momento de intervir perante um questionamento que está saindo do tema proposto, orientar o convidado em relação a tempo, tema e logística do evento. (MELLO, 2014).

É oportuno salientar que a referida atividade vem ao encontro das Diretrizes Curriculares Nacionais para a graduação em Jornalismo, tendo em vista que a prática propicia a interação do aluno com fontes, profissionais e públicos do jornalismo, colocando-o em situações que, possivelmente, ele vai se deparar no exercício da profissão.

Trabalhar em grupo traz também motivação para seus membros, pois sabem que cada um será observado em suas atividades e responsabilidades. Há uma equipe trabalhando diversas etapas para que a implementação de um evento aconteça. Ao falar de suas ideias com os colegas, o aluno trabalha seus conceitos, raciocinando sobre os mesmos e refinando-os, ativamente (GEROSA; FUCKS; LUCENA, 2003).

No entanto, é importante afirmar que trabalhar colaborativamente demanda um esforço para a coordenação/mediação dos alunos. A colaboração,

a conversação e o tratamento dos conflitos interpessoais precisam ser mediados de forma satisfatória perante o grupo. Para isso, é necessária uma boa comunicação. Diversos públicos envolvidos, ideias, às vezes, contraditórias, que precisam ser dialogadas, trabalhadas. E, mais, o entendimento precisa ser compartilhado entre todos os integrantes do grupo em ação.

Segundo Gerosa; Fucks e Lucena (2003, p. 4):

Para trabalhar, as pessoas se comunicam. Durante a comunicação, as pessoas constroem um entendimento comum, trocam ideias, discutem, aprendem, negociam e tomam decisões. A comunicação é necessária para que um grupo consiga realizar tarefas interdependentes, não completamente descritas ou que necessitem de negociação. Além disto, através da comunicação ocorrem a troca e o debate de pontos de vista como forma de alinhar e refinar as ideias dos membros do grupo.

Todo esse processo de construção, de trabalho colaborativo, faz com que o aluno perceba a importância da equipe, do diálogo com seus diversos públicos e do relacionamento positivo que se deve manter. Desta maneira, estes conceitos se assemelham bastante aos conceitos de uma boa estratégia de assessoria de comunicação.

## **5 CONCLUSÃO**

A função de Assessoria de Comunicação vem ganhando espaço e evidência no contexto das organizações há algum tempo. Para atender a demanda de mercado, que busca por profissionais qualificados, instituições de ensino superior inseriram em seu currículo a disciplina de Assessoria de Comunicação.

A partir deste cenário, a articulação entre teoria e prática faz-se necessária no processo de formação do jornalista. Neste sentido, fica evidente que práticas colaborativas desenvolvidas no decorrer da disciplina Assessoria de Comunicação do curso de Jornalismo da Universidade Tuiuti do Paraná contribuem para a formação profissional dos acadêmicos, uma vez que oportunizam o contato efetivo com as rotinas produtivas de um assessor de comunicação.

## Ensino de Assessoria de Comunicação: métodos colaborativos na universidade

É função da universidade formar cidadãos críticos, reflexivos, éticos e capacitados para atuarem em uma sociedade cada vez mais exigente (BEHRENS, 1999). É preciso incentivar práticas com abordagens interativas, voltadas para a comunicação e para a construção de ideias e conhecimentos.

Também é oportuno salientar que as práticas colaborativas implantadas na referida instituição tiveram um alto índice de aprovação entre alunos (acima de 90%,<sup>6</sup> nos eventos citados) e os participantes em geral (acima de 80%, nos eventos citados).

Iniciativas que fomentaram a interdisciplinaridade de diversas competências para o futuro profissional – permeando a área de Assessoria de Comunicação ao envolver técnicas de planejamento, de organização de eventos e de entrevista coletiva. 

## REFERÊNCIAS

ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalista: do mito ao mercado. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 45-57, jan./jun. 2005. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/viewFile/5928/5399>>. Acesso em: 1 set. 2014.

ANDRÉ, Marli (Org.). **O papel da pesquisa na formação e na prática dos professores**. Campinas: Papyrus, 2001.

BEHRENS, Marilda Aparecida. **O paradigma emergente e a prática pedagógica**. Curitiba: Champagnat, 1999.

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa: como fazer**. São Paulo: Summus, 2003.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Manual de Assessoria de Comunicação Imprensa**. 4. ed. rev. ampl. Brasília, 2007. Disponível em: <[http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual\\_de\\_assessoria\\_de\\_imprensa.pdf](http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf)>. Acesso em: 8 fev. 2014.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. 34. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

GALIEGO, Andreza. Assessoria de Imprensa ou de Comunicação? **Casa dos Focas**, 15 abr. 2013. Disponível em: <<http://www.casadosfocas.com.br/assessoria-de-imprensa-ou-de-comunicacao/>>. Acesso em: 5 abr. 2015.

GEROSA, Marco; FUCKS, Hugo; LUCENA, Carlos José. Suporte à percepção em ambientes de aprendizagem colaborativa. **Revista Brasileira de Informática na Educação**, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 75-85, jun./dez. 2003. Disponível em:

<sup>6</sup> Pesquisa de satisfação realizada e aplicada pelos próprios alunos nos dias de evento.

<<http://www.br-ie.org/pub/index.php/rbie/article/view/2200/1963>>. Acesso em: 7 abr. 2015.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 3. ed. São Paulo: Summus, 2003.

MELLO, Roberta. **Práticas da disciplina de Assessoria de Comunicação** [set. 2014]. Entrevistadora: Fernanda Carraro Dal-Vitt. Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná, 2014.

MOREIRA, Antonio; KRAMER, Sonia. Contemporaneidade, educação e tecnologia. **Educação e Sociedade**, Campinas, v. 28, n. 100, p. 1037-1057, out. 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-73302007000300019&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-73302007000300019&script=sci_abstract&tlng=pt)>. Acesso em: 5 fev. 2014.

PANITZ, Ted. A definition of collaborative vs cooperative learning. **London Metropolitan University**, 25 jul. 2005. Disponível em: <[http://colccti.colfinder.org/sites/default/files/a\\_definition\\_of\\_collaborative\\_vs\\_cooperative\\_learning.pdf](http://colccti.colfinder.org/sites/default/files/a_definition_of_collaborative_vs_cooperative_learning.pdf)>. Acesso em: 2 nov. 2006.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA DA UFSC. **Perfil do jornalista brasileiro**. Características demográficas, políticas e do trabalho (2012). Síntese dos principais resultados. Florianópolis, 2012. Disponível em: <<http://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>>. Acesso em: 18 set. 2014.

SAVIANI, Demiani. **História das ideias pedagógicas no Brasil**. Campinas: Autores Associados, 2007.

SCHAFRANSKI, Marcia Derbil. **Pedagogia no ensino superior: sociedade cognitiva**. Curitiba: Juruá, 2005.

TORRES, Patrícia; ALCANTARA, Paulo. Grupos de consenso: uma proposta de aprendizagem colaborativa para o processo de ensino-aprendizagem. **Revista Diálogo Educacional**, Curitiba, v. 4, n. 13, p. 129-145, set./dez. 2004. Disponível em: <[www2.pucpr.br/reol/index.php/dialogo?dd99=pdf&dd1=766](http://www2.pucpr.br/reol/index.php/dialogo?dd99=pdf&dd1=766)>. Acesso em: 2 maio 2010.

WRIGHT, Peter; KROLL, Mark; PARNELL, John. **Administração estratégica: conceitos**. São Paulo: Atlas, 2009.