

ASSESSORIA DE IMPRENSA (COMUNICOLOGIA)

I. Conformática

Definologia. A *assessoria de imprensa* é a atividade do jornalista e / ou comunicador profissional, com o objetivo de levantar, redigir e divulgar, aos veículos midiáticos em geral, informações úteis sobre indivíduos, instituições de diferentes naturezas, empresas públicas e privadas facilitando o fluxo informacional entre a fonte e o público-alvo das notícias.

Tematologia. Tema central neutro.

Etimologia. A palavra *assessor* provém do idioma Latim, *assessor*, “ajudante; assistente; acompanhante; participante em funções no expediente”. Surgiu no Século XV. O termo *imprensa* deriva provavelmente do idioma Castelhana, *imprenta*, “Arte de imprimir; Atelier ou lugar onde se imprime”, e este do idioma Latim, *imprimere*, “imprimir; estampar por meio de preço; publicar pela imprensa”. Surgiu no Século XVII.

Sinonimologia: 1. Assessoria de comunicação. 2. Gabinete de imprensa. 3. Birô de imprensa. 4. Consultoria de comunicação.

Cognatologia. Eis, na ordem alfabética, 9 cognatos derivados do vocábulo *assessor*: *assessoria*; *assessorada*; *assessorado*; *assessoramento*; *assessorar*; *assessoria*; *assessorial*; *parassessor*; *parassessoria*; *parassessoria*.

Neologia. As duas expressões compostas *assessoria de imprensa cosmoética* e *assessoria de imprensa anticosmoética* são neologismos técnicos da Comunicologia.

Antonimologia: 1. Assessoria de relações públicas. 2. Assessoria de *marketing*. 3. Assessoria financeira.

Estrangeirismologia: a *midia press assistance*; a *news media*; o *checklist* da assessoria de imprensa; o *press release*; o *press release*; o *briefing* da cobertura jornalística; o uso do *jabá* (jabaculê), *payola* ou *pay to print* na imprensa.

Atributologia: domínio das faculdades mentais, notadamente do autodiscernimento quanto à Comunicologia Interassistencial.

II. Fatuística

Pensenologia: o holopensene pessoal da comunicabilidade útil; os ortopensenes; a ortopensenidade; os nexopensenes; a nexopensenidade; o holopensene assistencial na manifestação da comunicação holossomática.

Fatologia: a assessoria de imprensa; o ato de saber usar a ética da exclusividade; o jornalismo anticosmoético representado pelo profissional *placa branca* ou *comprado*; o uso da *gilete press* ou recorte; o fato de a boa assessoria depender do bom chefe ou diretor; o agendamento e coordenação de entrevistas coletivas; a entrevista individual; a cobertura jornalística de eventos, congressos e reuniões; a confecção de *house organs*, revistas e boletins internos; a comunicação técnica ou administrativa; a *newsletter* interna; as possíveis mordomias do assessor de imprensa; a importância do relacionamento sinérgico entre agência de publicidade e o birô de imprensa; o canal de distribuição de notícias para a mídia; as demandas principais da assessoria de imprensa; a divulgação da agenda e dos atos das autoridades; o fato de o comunicador assumir a linguagem do assessorado; o fato histórico da *Acta Diurna* (59 a.e.c.); o longo percurso desde a invenção de Gutemberg (1452) ao jornalismo eletrônico; a clipagem realizada pelo assessor de imprensa; o levantamento das publicações e veiculações, fornecendo o índice de cumprimento de metas na comunicação; o fato de alcançar o público-alvo conscienciológico; a comunicação assertiva; a *Associação Internacional de Comunicação Conscienciológica* (COMUNICONS); a comunicação interassistencial.

Parafatologia: a autovivência do estado vibracional (EV) profilático nas comunicações; o Paradireito e a Paradiplomacia aplicáveis nas assessorias de imprensa; a utilização das energias do laringochakra nas atividades comunicativas e profissionais; o amparo extrafísico técnico, de função, das assessorias de imprensa da Conscienciologia.

III. Detalhismo

Sinergismologia: o *sinergismo erudição-poliglotismo*; o *sinergismo autocognição–detalhismo comunicativo*; o *sinergismo neuroléxico avançado–versatilidade tarística*; o *sinergismo informação–motivação*; o *sinergismo entrevistador–entrevistado–equipe midiática*; o *sinergismo patrocínio–imagem institucional*; o *sinergismo holopensene midiático–holopensene pessoal*; o *sinergismo intencionalidade cosmoética–sinceridade assistencial*; o *sinergismo pró-comunicativo coronochakra-laringochakra*; o *sinergismo teática-verbação*; a *comunicação sinérgica*.

Principiologia: o *princípio do exemplarismo pessoal (PEP)*; o *princípio da interassistencialidade*; o *princípio da descrença (PD)* norteando a comunicação.

Codigologia: o *código pessoal de Cosmoética (CPC)* atuando na área de Comunicação Social; o *Código de Ética do Jornalismo*; o *código grupal de Cosmoética (CGC)* pautando a atuação dos comunicadores; os *códigos internacionais de comunicação*.

Teoriologia: as *teorias da informação*.

Tecnologia: as *técnicas de comunicação em geral*; a *técnica da transmissão objetiva da informação desassediadora*; a *técnica da elaboração da pauta para entrevistas*; a *técnica da formação do campo bioenergético interassistencial*; a *técnica da interlocução*; a *técnica da análise do discurso*.

Voluntariologia: os *voluntários na área de Comunicação das várias Instituições Conscienciocêntricas (ICs)*; a *parceria entre os voluntários das Instituições Conscienciocêntricas na produção de informes e notícias para as várias mídias*.

Laboratoriologia: o *laboratório conscienciológico da Cosmoeticologia*; o *laboratório conscienciológico da Paraeducação*.

Colegiologia: o *Colégio Invisível dos Comunicólogos*; o *Colégio Invisível da Paradiplomacia*.

Efeitologia: os *múltiplos efeitos comunicativos da inteligência evolutiva (IE)*; o *efeito da autemplificação*; o *efeito halo das comunicações*; o *efeito qualificativo de entrevistadores e entrevistados no resultado tarístico*; o *efeito do holopensene dos ambientes no comportamento comunicativo das conscins*; o *efeito de superar as dificuldades quanto à autoimagem*.

Neossinapsologia: as *neossinapses oriundas do autenfrentamento na comunicabilidade*; a *mimetização provocada pela mídia de massa dificultando a formação de neossinapses*; as *neossinapses oriundas da comunicação cosmoética*.

Ciclogia: o *ciclo perguntas–respostas–novas perguntas*; o *ciclo assim–desassim*.

Enumerologia: o *jornalismo empresarial*; o *jornalismo sindical*; o *jornalismo corporativista*; o *jornalismo minoritário*; o *jornalismo artístico*; o *jornalismo governamental*; o *jornalismo cosmoético*.

Binomiologia: o *binômio veículo de comunicação–mídia*; o *binômio espera do feedback–retorno*; o *binômio líder de opinião–opinião de líder*; o *binômio entrevistador–entrevistado*; o *binômio entrevista espontânea–entrevista provocada*; o *binômio entrevista simples–entrevista americana*; o *binômio informação ao vivo–informação reprisada*; o *binômio nota oficial–release*; o *binômio conservação de imagem corporativa–imagem institucional*.

Interaciologia: a *interação público interno–público externo*; a *interação sinopse–mala direta–marketing institucional*; a *interação assistência de imprensa–gerência de marketing*; a *interação banco de dados–banco de imagens*; a *interação mailing list–press list*; a *interação entre os órgãos de imprensa*; a *interação jornalista–fotógrafo–cinegrafista*.

Crescendologia: o *crescendo ruído–redundância–entropia*; o *crescendo pregoeiro–porta-voz–correspondente–comunicador*; o *crescendo somaticidade–psicossomaticidade–mentalso-maticidade*; o *crescendo jornalismo empresarial–jornalismo de assessoramento sindical–jorna-*

lismo de assessoramento político–jornalismo de assessoramento cultural; o crescendo das super-comunicações na vida moderna.

Trinomiologia: o *trinômio gilete press–colagem–recortagem*; o *trinômio divulgação–promoção–relações públicas*; o *trinômio house-organ–revista de empresa–boletim interno*; o *trinômio conteúdo–forma–veículo de comunicação*; o *trinômio ética-honestidade-ponderação*.

Polinomiologia: o *polinômio racionalidade-logicidade-prioridade-verdade*; o *polinômio mensagem-ideologia-pensividade-ação*.

Antagonismologia: o *antagonismo multidimensionalidade / intrafísica*; o *antagonismo comunicação centrífuga / comunicação centrípeta*; o *antagonismo comunicação lacunada / comunicação modular*; o *antagonismo informar / manipular*.

Paradoxologia: o *paradoxo de a comunicação ter função social mas poder ser regida pelo lucro empresarial*.

Politicologia: as políticas de comunicação; a política de *mão dupla*; a democracia midiática; a democracia comunicativa.

Legislogia: a *lei do maior esforço* na autocomunicabilidade e na aplicação dos métodos e práticas da Comunicação; as *leis da comunicação*; a *vacatio legis da legislação brasileira das Comunicações* (Ano-base: 2014); a *lei da interassistencialidade*.

Filiologia: a comunicofilia; a neofilia; a consciencifilia; a midiofilia.

Fobiologia: a comunicofobia; a neofobia; a criticofobia.

Sindromologia: a evitação da *síndrome de Amiel* na comunicação gráfica; a reivindicação comunicativa da *síndrome do justiceiro*; a *síndrome da distorção da realidade*.

Maniologia: a megalomania midiática de certas celebridades.

Mitologia: o *mito da neutralidade jornalística*; o *mito de toda informação midiática ser verdadeira*; o *mito de quanto mais comunicação melhor*.

Holotecologia: a comunicoteca; a midiateca; a videoteca; a fatoteca; a experimentoteca; a pensenoteca; a cosmoeticoteca.

Interdisciplinologia: a Comunicologia; a Mentalsomatologia; a Evolucologia; a Holomaturologia; a Grafopensenologia; a Conviviologia; a Interassistenciologia; a Intrafisiologia; a Extrafisiologia, a Taristicologia.

IV. Perfilologia

Elencologia: a conscin lúcida; a isca humana lúcida; o ser desperto; o ser interassistencial; a conscin enciclopedista.

Masculinologia: o jornalista; o comunicador; o entrevistador; o assessor; o acoplamentista; o agente retrocognitor; o amparador intrafísico; o atacadista consciencial; o intermissivista; o cognopolita; o compassageiro evolutivo; o completista; o comunicólogo; o conscienciólogo; o conscienciômetra; o consciencioterapeuta; o macrossômata; o conviviólogo; o duplista; o duplólogo; o proexista; o proexólogo; o reeducador; o escritor; o evoluciente; o exemplarista; o intelectual; o reciclante existencial; o inversor existencial; o maxidissidente ideológico; o tenepessista; o ofiexista; o parapercepciólogista; o pesquisador; o projetor consciente; o sistemata; o tertuliano; o verbetólogo; o voluntário; o tocador de obra; o homem de ação.

Femininologia: a jornalista; a comunicadora; a entrevistadora; a assessora; a acoplamentista; a agente retrocognitora; a amparadora intrafísica; a atacadista consciencial; a intermissivista; a cognopolita; a compassageira evolutiva; a completista; a comunicóloga; a consciencióloga; a conscienciômetra; a consciencioterapeuta; a macrossômata; a convivióloga; a duplista; a duplóloga; a proexista; a proexóloga; a reeducadora; a escritora; a evoluciente; a exemplarista; a intelectual; a reciclante existencial; a inversora existencial; a maxidissidente ideológica; a tenepessista; a ofiexista; a parapercepciólogista; a pesquisadora; a projetora consciente; a sistemata; a tertuliana; a verbetóloga; a voluntária; a tocadora de obra; a mulher de ação.

Hominologia: o *Homo sapiens communicologus*; o *Homo sapiens divulgator*; o *Homo sapiens communicator*; o *Homo sapiens acriticus*; o *Homo sapiens midiaticus*; o *Homo sapiens lucidus*; o *Homo sapiens cosmoethicus*.

V. Argumentologia

Exemplologia: assessoria de imprensa *cosmoética* = a divulgação de atividades e cursos da Conscienciologia aos veículos de comunicação; assessoria de imprensa *anticosmoética* = a divulgação de informações distorcidas e manipuladas aos veículos de comunicação.

Culturologia: a *cultura da Comunicação*; a *cultura de massa*; a *cultura da autenticidade* pautando as relações conscienciais comunicativas; a *Multiculturologia*; a *cultura da liberdade de imprensa*.

Funções. Eis, em ordem alfabética, 5 funções da assessoria de imprensa na busca pela eficácia nas atividades de divulgação de informações de interesse coletivo:

1. **Capacitação.** Qualificar os profissionais de assessoria de imprensa e outras fontes de informações objetivando o bom relacionamento com jornalistas e veículos de comunicação.
2. **Cobertura.** Gerar fatos jornalísticos factíveis de cobertura por parte da imprensa.
3. **Cultura.** Implementar a *cultura da comunicação* nos aspectos internos e externos junto à estrutura midiática.
4. **Relacionamento.** Estabelecer relações confiáveis entre o assessorado e a mídia.
5. **Resultados.** Avaliar o trabalho realizado pela assessoria de comunicação por meio de relatórios periódicos das divulgações na mídia.

Entrevista. De acordo com a *Teoriologia*, eis em ordem alfabética, 3 tipos de entrevistas organizadas pela assessoria de imprensa:

1. **Coletiva:** a realizada por grupo de jornalistas convidados.
2. **Exclusiva:** a fornecida a único jornalista.
3. **Temática:** a organizada em função de tema específico, do momento.

VI. Acabativa

Remissologia. Pelos critérios da *Mentalsomatologia*, eis, por exemplo, na ordem alfabética, 15 verbetes da *Enciclopédia da Conscienciologia*, e respectivas especialidades e temas centrais, evidenciando relação estreita com a assessoria de imprensa, indicados para a expansão das abordagens detalhistas, mais exaustivas, dos pesquisadores, mulheres e homens interessados:

01. **Antagonismo midiático:** Autodiscernimentologia; Neutro.
02. **Categoria de comunicação:** Comunicologia; Neutro.
03. **Comunicação assertiva:** Comunicologia; Neutro.
04. **Comunicação interassistencial:** Comunicologia; Homeostático.
05. **Comunicação lacunada:** Comunicologia; Nosográfico.
06. **Comunicação modular:** Comunicologia; Neutro.
07. **Comunicação não verbal:** Comunicologia; Neutro.
08. **Entrevista conscienciológica na mídia:** Comunicologia; Homeostático.
09. **Holopensene midiático:** Holopensenologia; Neutro.
10. **Informação conscienciológica:** Comunicologia; Homeostático.
11. **Interação Jornalismo-Direito:** Interaciologia; Neutro.
12. **Jornalismo marrom:** Comunicologia; Nosográfico.
13. **Mutualidade da comunicação:** Comunicologia; Neutro.
14. **Público-alvo conscienciológico:** Comunicologia; Neutro.
15. **Saberes comunicativos:** Comunicologia; Neutro.

A ASSESSORIA DE IMPRENSA É ATIVIDADE FUNDAMENTAL NA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES ÚTEIS E COSMOÉTICAS, NOTADAMENTE QUANDO A SERVIÇO DAS TAREFAS E DA INTERASSISTENCIALIDADE COMUNICATIVA.

Questionologia. Você, leitor ou leitora, já usufruiu dos benefícios do trabalho da assessoria de imprensa, quer na empresa convencional ou em *Instituição Conscienciocêntrica*? Quais os resultados assistenciais auferidos?

Bibliografia Específica:

1. **Kopplin**, Elisa; & **Ferraretto**, Luiz Artur; *Assessoria de Imprensa: Teoria e Prática*; 150 p.; 14 caps.; 1 *E-mail*; 10 enus.; 48 ilus.; glos. 20 termos; 32 refs.; 23 x 16 cm; br.; 3ª Ed.; *Sagra Luzzatto*; Porto Alegre, RS; 2000; páginas 12, 13, 16, 23, 24, 124 e 144.
2. **Rabaça**, Carlos Alberto; & **Barbosa**, Gustavo Guimarães; *Dicionário de Comunicação*; revisores Vania Maria da Cunha Martins Santos; & Flávio Aguiar Barbosa; XIV + 796 p.; 34 abrevs.; 23 áreas de temas; 12 enus.; 37 esquemas; 125 fotos; glos. 7.370 termos; 2 gráfs.; 271 ilus.; 2 mapas; 2 microbiografias; 33 tabs.; 2 técnicas; 380 refs.; 24,5 x 17 x 4,5 cm; br.; 2ª Ed. rev. e atual.; *Editora Campus*; Rio de Janeiro, RJ; 2002, páginas 1 a 778.

E. D.