



ESTADO DO MARANHÃO
PROCURADORIA GERAL DE JUSTIÇA
ESCOLA SUPERIOR DO MINISTÉRIO PÚBLICO

PLANO PEDAGÓGICO DE CURSO (x) Presencial () EAD			
1. NOME DO CURSO/SEMINÁRIO/PALESTRA/FORMAÇÃO/outros		2. UNIDADE (Órgão solicitante/participantes)	
Curso: Media Training Jurídico			
3. Justificativa: O Media Training é conhecido, também, como Treinamento de Mídia ou Treinamento de Imprensa, ferramenta essencial de aprimoramento das estratégias de qualquer Assessoria de Comunicação. Nesse sentido, consiste em treinar e aperfeiçoar os porta-vozes da instituição para o relacionamento com jornalistas, seja nas entrevistas, seja em eventos institucionais, ou em situações de crise. O MPMA ao projetar as ações no Planejamento Estratégico para serem executadas nos órgãos e setores da Instituição, abre espaço para a elaboração das ações com as características de cada setor e necessidades de aprimoramento individual e coletivo. Assim, capacitar seus representantes para o relacionamento com a imprensa é uma das etapas estratégicas do Plano Operacional de Comunicação. Tal fato encontra justificativa na necessidade da divulgação das ações institucionais, no perfil pró-ativo que a instituição vem assumindo e nos anseios de respostas rápidas que a imprensa e a sociedade têm na relação de parceria e profissionalismo que se deve ter com a imprensa. A primeira turma do curso foi realizada em Imperatriz. Demais locais serão posteriormente inseridos, dependendo da necessidade institucional.		<ul style="list-style-type: none">• MPMA• Curso idealizado pela Coordenadoria de Comunicação-CCOM-MPMA. Parceria: <ul style="list-style-type: none">• ESMP/MA• SECINST.	
4. Local do Evento: Auditório das Promotorias de TIMON			
5. Público Alvo/ Vagas: Promotores e procuradores de justiça. Máximo de 25 participantes por turma.			
6. DISCIPLINAS (TEMAS)	Parte teórica: Papel e responsabilidades do porta-voz; Funcionamento dos meios de Comunicação Social; Assessorias de Comunicação; O MP como fonte da imprensa; Elaboração de mensagens; Comunicação e fortalecimento da imagem; Mídias sociais; Gerenciamento de crise. Parte prática: Simulação de entrevistas.	7. PROFESSORES/ PALESTRANTES <ul style="list-style-type: none">☐ Lucina Macedo Medeiros;☐ Daucyana Mendes Castro.	
8. ANO/MÊS: Março/2019	9. QUANTITATIVO DE MÓDULO/ TEMÁTICAS: 2	10. DURAÇÃO DO CURSO/EVENTO 7 e 28/05/2019 14 h às 19 h	11. CARGA HORÁRIA TOTAL 10 h
12. EMENTA (síntese, específica de cada disciplina/temática):			

Conceitos de Media Training, Media Training jurídico, papéis e responsabilidades, funcionamento dos meios de Comunicação Social, MP como fonte da imprensa, fortalecimento da imagem, mídias sociais, gerenciamento de crises.

13. OBJETIVOS

Geral: Capacitar os membros do MPMA para o relacionamento com a imprensa.

Específicos:

- Desenvolver estratégias para posicionamento de entrevistas e manifestações públicas
- Construir e apresentar mensagens
- ⑩ Focar na mensagem-chave
 - ⑩ Ter controle da mensagem a ser passada
 - ⑩ Elaborar respostas para perguntas imprevistas
 - ⑩ Identificar perguntas ambíguas
 - ⑩ Responder questões hostis
 - ⑩ Desenvolver a linguagem corporal
 - ⑩ Exercitar a persuasão e controlar a tensão e nervosismo
 - ⑩ Elencar ferramentas de aprimoramento do relacionamento interinstitucional do MPMA
 - ⑩ Consolidar a imagem de credibilidade e projeção de legitimidade
 - ⑩ Subsidiar discurso conforme valores do MPMA
 - ⑩ Desenhar agenda positiva
 - ⑩ Prevenir riscos de imagem
- Potencializar resultado da relação Assessoria de Comunicação / Porta-Voz/ Jornalista.

14. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS/ TEMÁTICAS

- ⑩ **Papel e responsabilidades do porta-voz:** participação dos representantes na elaboração do discurso e na manutenção da imagem institucional; o papel dos membros do MP como representantes da instituição; a necessidade de prestar contas à sociedade; a importância de fazer uso dos meios de comunicação para colaborar com as metas da instituição, técnicas para melhor utilização da mídia.
- ⑩ **Funcionamento dos meios de Comunicação Social:** fatores que ajudam a moldar o conteúdo veiculado na mídia, o cotidiano e o perfil dos profissionais de imprensa; critérios editoriais dos meios de comunicação; o que é notícia; valores-notícia e gancho jornalístico, técnicas para atrair a atenção da imprensa; interação com os jornalistas; características dos veículos de diversas mídias.

- ⑩ **Assessorias de Comunicação:** forma de trabalho; atividades e produtos das Assessorias de Comunicação; importância dos assessores para intermediar o contato com os meios de comunicação e para orientar os porta-vozes.
- ⑩ **O MP como fonte da imprensa:** o órgão como fonte constante da imprensa; o teor da cobertura dos veículos sobre as instituições e apresentação dos assuntos relativos ao MPMA com potencial para interessar à imprensa; análise de casos de repercussão envolvendo o Ministério Público; os desafios de gestão da imagem.
- ⑩ **Elaboração de mensagens:** formas de elaborar mensagens a serem repassadas ao público via imprensa; maneiras de tratar a informação para conseguir a transmissão dessas mensagens; técnicas para manter o controle possível do que é veiculado na mídia e evitar ruídos capazes de prejudicar a clareza e a correta compreensão das mensagens.
- ⑩ **Comunicação e fortalecimento da imagem:** o papel da Comunicação e a importância do fortalecimento da imagem para a consecução dos objetivos das organizações; comunicação e sua relação com a transparência e a prestação de contas à sociedade, posicionamento e formas de ajuste de imagem.
- ⑩ **Mídias sociais:** conceito de mídias sociais; características, amplitude, penetração e público das principais mídias sociais (Facebook, Orkut, Twitter, YouTube, etc); a importância desses canais na divulgação institucional; formas das mensagens a serem postadas; mídias sociais como arena pública de debate; posicionamento e etiqueta nas redes; cuidados com contas pessoais e mensagens divulgadas; linguagens adequadas; gestão de crises em mídias sociais.
- ⑩ **Gerenciamento de crise:** módulo específico para aprofundar a discussão acerca das crises de imagem; análise de situações potencialmente geradoras de crises no âmbito do MPMA; ferramentas para prevenção de crises de imagem; mensagens neutralizadoras de crise; formas de lidar com a imprensa em situações de crise; técnicas para conceder entrevistas e para tratar a informação nos casos de crise.
- ⑩ **Simulações:** módulo prático, com atividades distribuídas durante o treinamento, incluindo simulações das situações que podem vir a ser enfrentadas pelas fontes no trato com a imprensa, simulações de entrevistas concedidas ao rádio, à televisão e aos veículos impressos e online, ou coletivas.

15. METODOLOGIA: Parte teórica com explanação. Parte prática com filmagem de entrevistas simuladas.

16. RECURSOS DIDÁTICOS : Material impresso, recursos audiovisuais

17. PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO: análise e avaliação individual do desempenho e da postura de cada participante na utilização das técnicas ensinadas, com base em vídeos e outros materiais produzidos durante o curso.

18. ASPECTOS A SEREM AVALIADOS/CRITÉRIOS : a eficiência e eficácia do treinamento para os objetivos propostos e com a visão do MP.

19. INSTRUMENTO DE AVALIAÇÃO: será enviado aos e-mails de cada participante o instrumento de avaliação de reação do evento, o que ensejará na certificação.

