

**CONCURSO DA UFF  
PROGRAMA DE PRODUTOR CULTURAL**

Comunicação: conceitos, paradigmas e teorias. História da comunicação social. Sociologia da Comunicação. Comunicação Pública. Comunicação governamental no Brasil. Contratação e supervisão de serviços de comunicação contratados em órgãos públicos. Legislação sobre Comunicação Social no Brasil. Teorias da opinião pública. Tipos e técnicas de pesquisas de opinião. Comunicação Organizacional. Planejamento em Comunicação Institucional. Identidade e Imagem Institucional. Legislação e ética em jornalismo: linguagem jornalística em rádio, tv, jornal, revista e internet. Teorias e técnicas de jornalismo. Teoria da Imagem. Design. Gêneros de redação jornalística. História da imprensa brasileira. Conceitos de notícia e elementos do jornalismo. Assessoria de Imprensa: história, teoria e técnica. Planejamento, Produção e edição de publicações. História e conceitos em publicações institucionais. Planejamento de campanhas de divulgação institucional. Planejamento e elaboração de media trainings. Relacionamento com a imprensa. Jornalismo empresarial.

**Sugestões bibliográficas:** ADORNO, T.W./ HORKHEIMER, M. “**Indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas**” in: *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985. ARGENTI, Paul A. **Comunicação empresarial:** a construção da identidade, imagem e reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. BENETTI, Marcia; LAGO, Claudia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Editora Vozes, 2007. CARDOSO, Cláudio (org). **Comunicação organizacional hoje II: Novos desafios, Novas Perspectivas**. Salvador : EDUFBA/Gente, 2004. CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias**. Rio de Janeiro: FGV, 2007. CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2002. **Código de ética dos jornalistas brasileiros**. Federação Nacional dos Jornalistas. In [www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros.pdf](http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf). COUTINHO, C.N. “**Os intelectuais e a organização da cultura**” in: *Cultura e sociedade no Brasil: ensaios sobre idéias e formas*. Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1990. DIAS, Ana Rosa Ferreira. **O Discurso da Violência – as marcas da oralidade no jornalismo popular**. São Paulo: EDUC / Cortez, 1996. DINES, Alberto. **O papel do jornal**. São Paulo: Summus, 1986. DORIA, F. Antonio e DORIA, Pedro. **Comunicação: dos fundamentos à internet**. Rio de Janeiro: Revan, 1999. Erbolato, Mário. **Técnicas de Codificação em jornalismo – Redação, captação e edição no jornal diário**. São Paulo. Editora Ática, 2004. ECO, Umberto. “**Guerrilha semiológica**” in: *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. FERRARETTO, Luiz Artur e FERRARETTO, Elisa Kopplin. **Assessoria de Imprensa, Teoria e Prática**. Summus, sd. GUI Bonsiepe. **Design do Material ao Digital**. Florianópolis: FIESC, 2009. HOHLFELDT, Antonio et all (org.) **Teorias da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001. KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001. LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**, Petrópolis: Vozes, 1979. Lage, Nilson. **Linguagem Jornalística**. São Paulo: Ática, 8ª edição, 2007. LEVIN, Thomas. **O terremoto de representação: composição digital e a estética tensa de imagem heterocrônica** in Antonio Fatorelli e Fernanda Bruno (orgs), *Limiares da imagem - tecnologia e estética na cultura contemporânea*. Rio de Janeiro: Maud, 2006. LUCAS, Luciane (org). **Media training: Como agregar valor ao negócio melhorando a relação com a imprensa**. São Paulo: Summus Editorial, 2007. MACHADO, Arlindo. **A Televisão levada a Sério**. Editora Senac, 3a. edição, São Paulo, 2003. MACHADO, Arlindo. **Arte e Mídia**, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. OLIVEIRA, Fabíola. **Jornalismo científico**. São Paulo: Contexto, 2002. OLIVEIRA, M. J. C. (org). **Comunicação Pública**. São Paulo: Alínea, 2004. PENA, Felipe. **Teorias do Jornalismo**, São Paulo: Contexto, 2005. PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007. RUSH, Michael. **Novas mídias na arte contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2006. SAPPER, Sadi Macedo e HEBERLÊ Antônio Luiz O. **Regulações da comunicação social na Constituição Federal do Brasil**. In [http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev\\_Macedo.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Macedo.PDF). SHOHAT, Ella e STAM, Robert. **Crítica da Imagem Eurocêntrica: multiculturalismo e representação**. São Paulo: Cosac Naify, 2006. SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco; introdução à cultura de massa brasileira**. Petrópolis: Vozes, 1972. SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura; comunicação e seus problemas**. Petrópolis: Vozes, 1996. SPITZ, Rejane. **Internet, WWW & comunicação humana: uma nova Torre de Babel?** In: COUTO, Rita M. de Souza, OLIVEIRA, Alfredo Jefferson de (orgs.). *Formas do Design*. Rio de Janeiro: 2AB/PUC-Rio, 1999. Squarisi, Dad e Salvador, Arlete. **A arte de escrever bem – Um guia para jornalistas e profissionais do texto**. São Paulo: Editora Contexto, 2005. TORQUATO, F. G. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2002. VAZQUEZ, Adolfo S. **Ética**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000. VIEIRA, R. F. **Comunicação Organizacional: Gestão de Relações Públicas**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004. WERNECK SODRÉ, Nelson. **História da imprensa no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1977. WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.