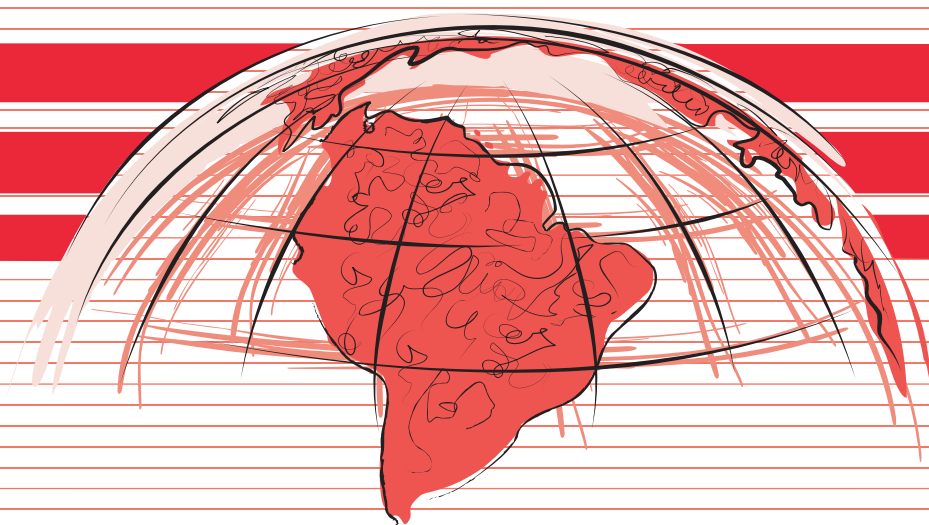


catálogo

de comunicação



catálogo de
comunicação



PAULUS



catálogo de comunicação

Sumário

Sumário	3
----------------	----------

Apresentação

O Catálogo	6
Como navegar neste Catálogo	7

Catálogo de Comunicação

Coleção Comunicação	9
Coleção Questões Fundamentais da Comunicação	25
Outros Títulos	31

Índice

Índice das obras	34
Índice dos autores	35
Índice das coleções	36



catálogo de comunicação

Apresentação



O Catálogo

A partir da segunda metade do século XX, a Comunicação transformou-se numa verdadeira cultura. Com o avanço das tecnologias, surgiram novas formas de comunicar e novas linguagens que influenciam o modo de pensar e de se relacionar das pessoas. Por abarcar a totalidade da vida, a Comunicação tornou-se, no início deste século, uma das áreas do conhecimento mais instigantes.

Ciente da importância e da influência da Comunicação na vida cotidiana, a PAULUS assume o compromisso de contribuir com o estudo e a reflexão dessa complexa realidade, com seus novos paradigmas e tendências, certa de que não basta apenas atuar na mídia. Urge também pensá-la! Por isso, levamos até você o presente Catálogo, que está dividido em três seções. Veja a seguir.

Como navegar neste Catálogo

A primeira seção engloba a coleção Comunicação, que traz ao conhecimento dos leitores as obras de renomados autores nacionais e estrangeiros voltados à área da Comunicação, convidando-os a entrarem num espaço de exposição de ideias das mais diferentes temáticas. São livros de referência para professores, estudantes e profissionais que atuam na mídia e para todos os interessados em aprofundar o estudo no mundo fascinante da Comunicação.

A segunda parte apresenta a coleção Questões Fundamentais da Comunicação, cujo objetivo é promover a reflexão, a análise, o debate e a discussão de grandes temas da sociedade contemporânea. Além de abordar, de forma aprofundada, diversos temas relacionados às mais variadas áreas — como educação, cotidiano, comunicação, fé e ser humano — e suas implicações práticas em nossas vidas, as obras desta coleção propõem soluções concretas e respostas esclarecedoras em relação à possível construção de um modelo social mais justo, no qual os cidadãos tenham participação ativa e senso crítico mais apurado diante de seus problemas.

Por fim, a terceira e última parte traz livros que não pertencem propriamente a nenhuma coleção, mas que nem por isso deixam de travar sólido diálogo com as questões comunicacionais que a modernidade nos impõe. Os três títulos aqui contemplados são de máxima relevância para a área e visam suprir desde as carências conceituais da Comunicação até propor uma nova teoria, necessária e urgente, diante da velocidade da inovação tecnológica. Entre inúmeros outros aspectos, os efeitos psicológicos do ato comunicacional também é um dos fatores levados em conta, questão imprescindível para que não sejamos sugados por este redemoinho informacional.

Você tem em mãos um material de máxima importância para compreender, de fato, as inovações em relação ao conceito de Comunicação e suas novas formas de abordagem e pesquisa.



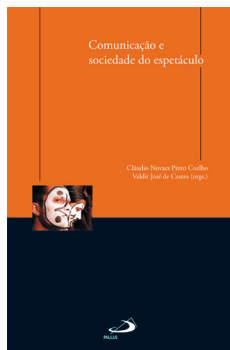
Aqui você tem a localização da Coleção em que está.

Dentro do Catálogo de Comunicação, as coleções são separadas por cores diferentes. Esta aqui é a da Coleção Comunicação.



Aqui, nesta primeira linha, você sempre encontrará o título do livro.

Neste campo está(ão) o(s) nome(s) do(s) autor(es) que escreveu(eram) e/ou organizou(aram) a obra.



Comunicação e sociedade do espetáculo

Cláudio Novaes Pinto Coelho; Valdir José de Castro (orgs.)

Sinopse

“Vivemos numa sociedade do espetáculo”. Essa afirmação quase sempre é feita com o sentido de que estamos imersos num mundo de imagens coloridas, sedutoras, que nos divertem, mesmo quando nos chocam. Inspirado nas reflexões do pensador e militante político francês Guy Debord, este livro contrapõe-se à apologia do conformismo presente na contemporaneidade e mostra que o emprego da teoria crítica na análise da sociedade, mesmo se fora de moda, é necessário. Ao recorrer à leitura crítica, os artigos procuram mostrar que o culto ao dinheiro, tão típico do capitalismo neoliberal, não é um componente da “natureza humana”, e sim uma criação histórica.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 216
Cód.: 9788534926034

Esta informação corresponde ao código de barras.

Esta é a coluna da sinopse, um resumo sobre o assunto tratado no livro.

catálogo de
comunicação

coleção
Comunicação



Os caminhos cruzados da comunicação

Política, economia e cultura

José Marques de Melo

Sinopse

O século XIX privilegiou a História, fomentando as revoluções que aceleraram o tempo e sepultaram o Antigo Regime. O século XX transformou a Geografia, encurtando o espaço por meio de tecnologias que converteram o planeta numa aldeia global. O século XXI desafia a Comunicação a assumir o papel de agente do movimento simbólico, capaz de socializar o patrimônio cognitivo acumulado pelas civilizações. É chegada a hora de edificar uma cidadania consciente e participativa, determinada a ultrapassar as barreiras que isolam a política, a economia e a cultura. A intenção deste livro é subsidiar o trabalho dos professores dos cursos de Comunicação para que motivem seus alunos a agir com eficácia, competência e criatividade.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 184

Cód.: 9788534931724



Comunicação e cultura das minorias

Alexandre Barbalho; Raquel Paiva (orgs.)

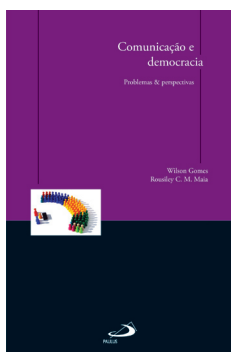
Sinopse

Comunicação e cultura das minorias é uma coletânea de artigos organizada pelos professores Alexandre Barbalho e Raquel Paiva. Aborda questões centrais das minorias, tais como cidadania, democracia, identidade, tradição, periferia, movimentos, conflitos, marginalização etc. Os critérios para a seleção dos textos foram a diversidade regional entre os autores, a abordagem de várias minorias – étnicas, sexuais, religiosas – e a procura de textos mais reflexivos e menos factuais, visando o aprofundamento na análise e a visão crítica da relação entre a mídia e os grupos minoritários.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 224

Cód.: 9788534923361



Comunicação e democracia

Problemas e perspectivas

Wilson Gomes; Rousiley C. M. Maia

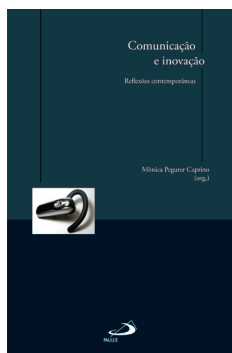
Sinopse

Comunicação e democracia – Problemas e perspectivas explora as interfaces entre a democracia, o alcance e a validade da noção de deliberação pública e os problemas diversos de interação social e de participação política, tendo como foco o fenômeno da comunicação de massa, além de tratar a temática sob a perspectiva dos novos meios digitais de comunicação, como a Internet. Fruto da parceria entre os dois autores, a obra é uma das poucas no Brasil que trata da relação entre democracia e os meios de comunicação com profundidade.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 376

Cód.: 9788534927970



Comunicação e inovação Reflexões contemporâneas

Mônica Pegurer Caprino (org.)

Sinopse

Esta obra destaca aspectos e exemplos nos quais a inovação se faz presente no processo comunicacional e midiático. O conceito de inovação tem sido abordado em várias áreas do conhecimento e da atividade humana, tem caráter amplo e interdisciplinar e aqui é estudado no âmbito da comunicação social. Este é um livro abrangente, que objetiva trabalhar o tema sob diversos pontos de vista teóricos, além de focar temáticas específicas, como *e-learning* ou música e tecnologia.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 200

Cód.: 9788534929479



Comunicação e sociedade do espetáculo

Cláudio Novaes Pinto Coelho; Valdir José de Castro (orgs.)

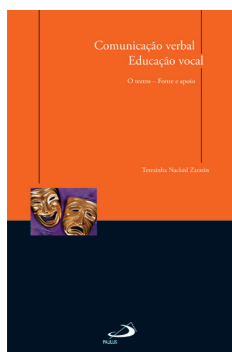
Sinopse

“Vivemos numa sociedade do espetáculo”. Essa afirmação quase sempre é feita com o sentido de que estamos imersos num mundo de imagens coloridas, sedutoras, que nos divertem, mesmo quando nos chocam. Inspirado nas reflexões do pensador e militante político francês Guy Debord, este livro contrapõe-se à apologia do conformismo presente na contemporaneidade e mostra que o emprego da teoria crítica na análise da sociedade, mesmo se fora de moda, é necessário. Ao recorrer à leitura crítica, os artigos procuram mostrar que o culto ao dinheiro, tão típico do capitalismo neoliberal, não é um componente da “natureza humana”, e sim uma criação histórica.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 216

Cód.: 9788534926034



Comunicação verbal, educação vocal O teatro – Fonte e aipo

Terezinha Nackéd Zaratín

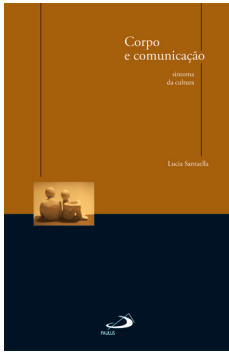
Sinopse

A professora doutora Terezinha Nakéd Zaratín revela, em *Comunicação verbal, educação vocal*, seus profundos conhecimentos sobre estética vocal, esmiuçando o funcionamento do aparelho fonador e estabelecendo importante elo entre esse aspecto da biologia com a linguística, a sociologia e a antropologia. Após a análise dos elementos que constituem a atividade vocal e colaboram para a educação e o desempenho vocais – como métodos de respiração aliados a exercícios físicos e artísticos –, a autora enriquece ainda mais o estudo ao relacionar a voz com um dos meios nos quais ela atinge seu ápice: o teatro.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 168

Cód.: 9788534931427



Corpo e comunicação Sintoma da cultura

Lucia Santaella

Sinopse

O livro aborda as questões do corpo como tema central. Constituído pela linguagem, sobredeterminado pelo inconsciente, pela sexualidade e também construído pelo social como produto de valores e crenças, o corpo é hoje um nó de múltiplos investimentos e inquietações, no qual as reflexões culturais contemporâneas são amarradas. À luz da hipótese de que ele tornou-se um sintoma da cultura, estão trabalhadas no livro as relações do corpo com as tecnologias, sua onipresença nas mídias e na moda e suas transfigurações na arte tecnológica.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 168

Cód.: 9788534921930



Culturas e artes do pós-humano Da cultura das mídias à cibercultura

Lucia Santaella

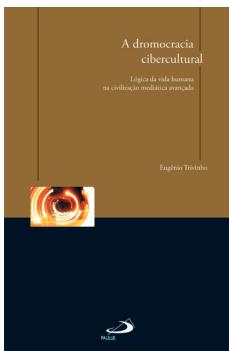
Sinopse

A partir de sua rica experiência sobre uma múltipla dinâmica cultural, Lucia Santaella contribui com respostas às questões daqueles que pesquisam temas referentes ao ciberespaço e à cibercultura. Discute o que acontece na atual relação “ser humano—máquina” e o que ela significa para o processo de comunicação do século XXI. As respostas a esses grandes anseios da sociedade contemporânea propõem que o ser humano seja repensado até o limite de sua essência, em tempos de incerteza e de enormes avanços tecnológicos.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 360

Cód.: 9788534921015



A dromocracia cibercultural Lógica da vida humana na civilização mediática avançada

Eugênio Trivinho

Sinopse

Dromocracia cibercultural é o nome de nossa época, a fase planetária do capitalismo articulada pela velocidade das redes digitais. Nesta estimulante obra, Eugênio Trivinho diseca as origens, o desenvolvimento, as estruturas de base, a dinâmica e os horizontes desse modo tecnológico de organização da vida humana tanto na esfera pública e nos espaços privados quanto no tempo de trabalho e no tempo livre e de lazer. A obra apresenta inúmeros conceitos e temas novos — entre eles, várias chaves epistemológicas especiais — para se repensar a lógica tecnocultural atual da civilização mediática. Ao mesmo tempo, ela vem oxigenar, do ponto de vista da crítica, a teoria social e a teoria da comunicação.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 456

Cód.: 9788534927000



É preciso salvar a comunicação

Dominique Wolton

Sinopse

Conseguir comunicar é a grande questão de nossa vida. Todos nós procuramos responder a essa questão, e dela ninguém pode prescindir. No entanto, ela é constantemente desvalorizada, suspeita de manipulação. Salvar a comunicação é admitir que ela é distinta da informação, pois diz respeito à relação, sempre difícil, com o outro. Comunicar é ir além das mensagens e das técnicas. Salvar a comunicação é finalmente defender o ideal democrático e compreender que comunicar e coabitar estão entre os grandes desafios de paz e de guerra do século XXI. Em tempos de globalização, em que o fim das distâncias físicas revela a incrível extensão das distâncias culturais, a comunicação é um valor essencial para evitar que o choque das culturas provoque uma guerra entre as civilizações.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 240
Cód.: 9788534925037



O escavador de silêncios

Formas de construir e de desconstruir sentidos na Comunicação – Nova Teoria da Comunicação II

Ciro Marcondes Filho

Sinopse

O ensino e a pesquisa do professor Ciro Marcondes Filho são marcados pela busca de uma nova teoria da comunicação. A presente obra é parte de uma sistematização de um projeto que buscou rever a reflexão sobre a comunicação, desde os primeiros passos da filosofia até os nossos dias. Tal projeto baseia-se na convicção de que a comunicação pertence, em primeiro lugar, ao campo da filosofia, e somente depois aos campos derivados da linguística, semiologia, semiótica e das teorias gerais de símbolos. Estudos detalhados sobre a questão do sentido em Gilles Deleuze, os problemas da interpretação com Jacques Derrida e a teoria dos sistemas aplicada à comunicação de Niklas Luhmann abrem novos horizontes para essa nova teoria.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 576
Cód.: 9788534922111



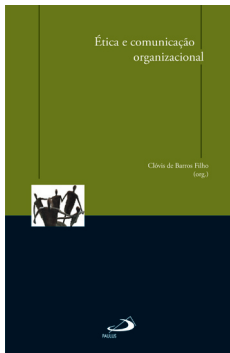
A esfinge midiática

José Marques de Melo

Sinopse

O autor expõe fatos, ideias e interpretações que estimulam o pensamento midiático brasileiro, superando a inércia e a hesitação que vêm ocorrendo desde a passagem do século. São utilizados três segmentos nesta obra para desvendar a "esfinge": o primeiro conjunto é formado por ensaios destinados a orientar historicamente o campo midiático no universo comunicacional. O segundo é constituído por incursões de natureza empírica, observando o comportamento de fenômenos emblemáticos da mídia na sociedade brasileira. O terceiro foi agrupado em estilo mosaico, encaixando peças da intervenção do autor no debate público de questões que físgam corações e mentes.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 336
Cód.: 9788534921367



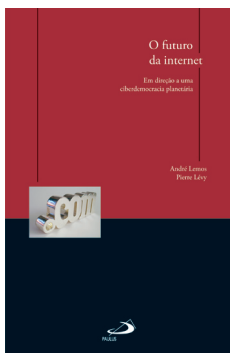
Ética e comunicação organizacional

Clóvis de Barros Filho (org.)

Sinopse

Embora o campo da comunicação no Brasil tenha dado saltos consideráveis na abordagem científica da mídia, o mesmo não se deu no âmbito da reflexão moral. Todos os artigos aqui reunidos estimulam a reflexão sobre o agir do comunicador, sobre as condições materiais de sua deliberação moral, sobre os processos sociais e políticos de definição do agir legítimo e responsável. Estimulam também a reflexão sobre o agir de seu auditório, públicos internos e externos à organização, sobre as novas condições desse agir, e apontam tanto para uma ética do trabalho quanto do consumo.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 256
Cód.: 9788534927390



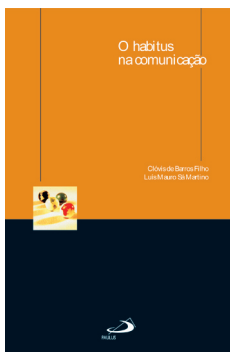
O futuro da internet Em direção a uma ciberdemocracia planetária

André Lemos; Pierre Lévy

Sinopse

A cibercultura evoca sempre um pensamento sobre o futuro. Sonhos e pesadelos estão associados ao desenvolvimento tecnológico, e não poderia ser diferente com as novas tecnologias digitais. Volta o velho sonho do mundo da comunicação livre, sem entraves, democrático, global. Este imaginário sempre retorna com o surgimento das redes técnicas, sejam elas de informação, comunicação ou de transportes. Foi assim com o telégrafo, a estrada de ferro, a TV e a Internet. Devemos diagnosticar o presente e tencioná-lo com o passado para pensar o futuro. Este livro é o exercício de uma utopia (no bom sentido, como afirma Lévy no seu prefácio) para pensar a ciberdemocracia, olhando com atenção e sem preconceitos para a cibercultura do presente.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 264
Cód.: 9788534931816



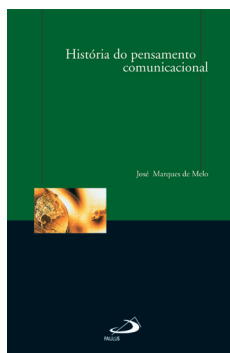
O habitus na comunicação

Clóvis de Barros Filho; Luís Mauro Sá Martino

Sinopse

Estudo sobre as razões práticas de produção da notícia, a obra é referência para a compreensão do processo de comunicação. São reveladas as inúmeras "regras de ação" assimiladas pelos produtores de informação no momento prático de sua atividade. O livro mostra como as habilidades do jornalista estão diretamente condicionadas a seu *habitus* profissional, às influências adquiridas no campo jornalístico em que está inserido e às concepções presentes em cada época.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 256
Cód.: 9788534920414



História do pensamento comunicacional

José Marques de Melo

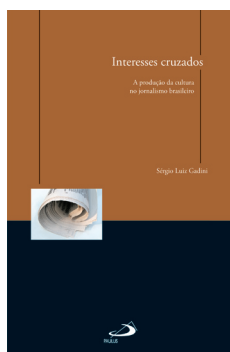
Sinopse

O livro traça um panorama das ideias e processos comunicacionais, de Aristóteles à era de McLuhan, enfatizando as teorias produzidas no Brasil e na América Latina. Apresenta, ainda, um estudo aprofundado sobre os grupos brasileiros que pensaram criticamente a comunicação. Além disso, são analisados alguns personagens que contribuíram para entender a comunicação, tais como Frei Caneca (primeiro brasileiro que fez a síntese entre teoria e prática), José de Anchieta (considerado o primeiro comunicador do Brasil), Costa Rego, Luiz Beltrão, Raymond Nixon e Jesus Martin-Barbero.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 376

Cód.: 9788534920353



Interesses cruzados A produção da cultura no jornalismo brasileiro

Sérgio Luiz Gadini

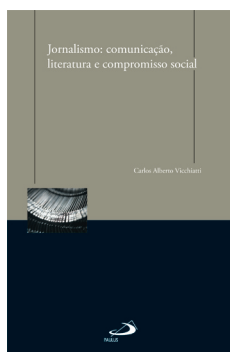
Sinopse

Compreender o modo como o jornalismo participa do agendamento e da construção midiática da cultura. Essa é a proposta do livro, que apresenta um olhar sobre o campo cultural a partir do que se produz em 20 dos principais diários impressos que circulam no país. Resultado da pesquisa de doutorado do autor, a obra discute alguns conceitos para compreender o jornalismo cultural, considerando aspectos como noticiabilidade, agendamento e estratégias de divulgação mais presentes nos cadernos culturais brasileiros. Ao desvendar as relações e tensões entre os atores que constituem o campo cultural, o autor oferece amplo e complexo retrato do jornalismo cultural brasileiro contemporâneo.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 336

Cód.: 9788534930598



Jornalismo: comunicação, literatura e compromisso social

Carlos Alberto Vicchiatti

Sinopse

Num mundo que privilegia o tecnicismo, o jornalismo precisa mostrar-se contextualizador, pois a sociedade espera que o jornalista seja um instrumento de propagação da informação — e se possível de mudança — junto à comunidade em que está inserido. Porém, o jornalismo atual tem amarras na própria história, e por isso se apresenta mecânico, catastrófico. Este livro mostra tanto a necessidade de o jornalista unir e humanizar a técnica quanto a importância de jornalista e jornalismo estarem engajados no aperfeiçoamento da sociedade, para subsidiar reflexões e auxiliar no processo de democratização.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 120

Cód.: 9788534924276



Linguagens líquidas na era da mobilidade

Lucia Santaella

Sinopse

A metáfora dos líquidos tem sido utilizada com frequência como atributo das sociedades, da vida, dos corpos e do amor contemporâneos. Neste livro, Lucia Santaella coloca as linguagens em primeiro plano, para evidenciar que, no universo digital, texto, imagem e som não são mais o que costumavam ser: deslizam uns para os outros, sobrepõem-se, complementam-se e entrecruzam-se. Cada vez menos a comunicação está confinada a lugares fixos, e os novos modos de telecomunicação têm produzido transmutações na estrutura da nossa concepção cotidiana do tempo, do espaço, dos modos de viver, aprender e agir. É sobre essas ponderações que a autora pretende versar.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 472
Cód.: 9788534927659



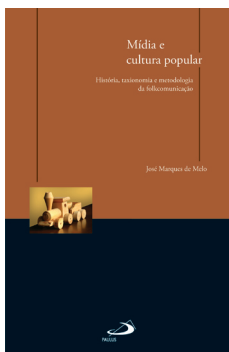
Mídia controlada A história da censura no Brasil e no mundo

Sérgio Mattos

Sinopse

A obra de Sérgio Mattos resgata todos os tipos de censura exercidas, e não apenas aquela que é mais conhecida e identificada pelo público como sendo a "Censura Policial", muito utilizada nos regimes ditatoriais. Analisa os instrumentos de controle, as leis e a estrutura dos meios de comunicação. Importante contribuição acadêmica, o livro inova ao tratar da censura sob o ponto de vista da legislação e de contextualização da ditadura.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 228
Cód.: 9788534924078



Mídia e cultura popular História, taxionomia e metodologia da folkcomunicação

José Marques de Melo

Sinopse

O professor José Marques de Melo sistematiza, nesta obra, o conjunto de textos que escreveu nos últimos 40 anos sobre a folkcomunicação. Esclarece o conceito de folkcomunicação, como a disciplina se desenvolveu academicamente, quais os seus gêneros e formatos, como vêm sendo pesquisados tais objetos, quem são os ícones emblemáticos do campo ou para onde caminham os estudos em fase de construção. É uma obra didática, que pretende guiar, pelas sendas do conhecimento adquirido, os que se iniciam no campo, oferecendo-lhes pistas, anotando conceitos, indicando metodologias e, eventualmente, fazendo explorações empíricas.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 236
Cód.: 9788534929035



Mídia e movimentos sociais

Linguagens e coletivos em ação

Jairo Ferreira; Eduardo Vizer (orgs.)

Sinopse

Este livro apresenta novas perspectivas para abordar as articulações entre os processos atuais de ação coletiva, os movimentos sociais e os meios de comunicação. Analisa os dispositivos que operam e recriam essas relações entre os meios e os agentes sociais. Os pontos de interrogação partilhados estão na superação de abordagens da mídia enquanto representação, ultrapassagem que permite investigar problemas para além da mídia enquanto instrumento de interesses privados. Tais angulações são produzidas a partir de três grandes eixos: novas questões construídas pelas abordagens socioantropológicas; a contribuição das teorias de signos para análise dos movimentos sociais; e a reflexão sobre a técnica e as tecnologias mediáticas.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 232

Cód.: 9788534927642



Mídia e poder simbólico

Luís Mauro Sá Martino

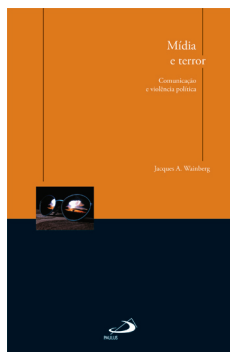
Sinopse

Obra que trabalha o discurso da fraternidade e a disputa pelo público, tendo como front a mídia. Baseado em análises estruturais da imprensa dirigida, neste caso a das instituições religiosas, pode-se notar uma espécie de competição no uso da mídia como estratégia de sobrevivência, com o intuito de conquistar audiência e espaço no "mercado de bens simbólicos". O livro apresenta as ideias sociológicas sobre o assunto — Marx, Weber, Durkheim, Bourdieu — para compreender melhor o objeto de estudo.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 200

Cód.: 9788534920407



Mídia e terror

Comunicação e violência política

Jacques A. Wainberg

Sinopse

O autor promove intensa discussão sobre o papel da imprensa, que, segundo alguns especialistas, em determinados casos pode colaborar para a disseminação do terror. Os grupos terroristas, hipoteticamente, são entidades que visam uma forma de aparecer na mídia para chocar a sociedade. Os atos terroristas, quando veiculados na imprensa, afetam psicologicamente a população, que se abala e fica assustada com o inimigo, aparentemente oculto. A mídia, com o intuito de difundir os acontecimentos, associa-se, ainda que de forma involuntária, aos terroristas, numa relação "simbiótica", ou seja, de auxílio mútuo.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 208

Cód.: 9788534922951



Midiatização e processos sociais na América Latina

Antônio Fausto Neto; Pedro Gilberto Gomes; José Luiz Braga; Jairo Ferreira (orgs.)

Sinopse

O tema central desta obra se traduz no conceito da midiatização, que repercutiu intensamente, ao longo de uma década, sobre as práticas acadêmicas, especialmente aquelas de natureza investigativa, desenvolvidas nos ambientes universitários de ensino e de pesquisa da comunicação midiática. *Midiatização e processos sociais na América Latina* apresenta nova prática de estudo e de diálogo que favorece o estabelecimento de culturas de investigação e que envolve grupos de estudos além das fronteiras geográficas propriamente ditas.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 336
Cód.: 9788534928786



Navegar no ciberespaço O perfil cognitivo do leitor imersivo

Lucia Santaella

Sinopse

A tecnologia tornou-se um ingrediente sem o qual a comunicação e a cultura contemporâneas são impensáveis. Diante dessa nova realidade e partindo de pesquisas empíricas com usuários das redes, a autora desenvolve estudos sobre um tipo de leitor distinto daquele que lê textos escritos e imagens fixas ou em movimento. Trata-se agora de um leitor imersivo que navega escolhendo rotas nas arquiteturas líquidas do ciberespaço. Quais as habilidades perceptivas e cognitivas estão por trás desse “modo” de comunicação e quais concepções mentais e sensoriais guiam os comandos do leitor quando movimenta o clique do *mouse*? São essas e outras questões que a autora pretende desvendar.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 192
Cód.: 9788534922678



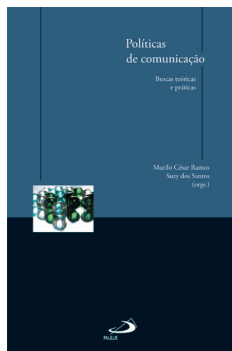
Observatórios de mídia Olhares da cidadania

Rogério Christofolletti; Luiz Gonzaga Motta (orgs.)

Sinopse

O público, cada vez mais, percebe que a relação com os meios de comunicação pode ir além do simples contrato de receber passivamente pacotes de informações e de entretenimento e quer participar do processo, opinar, criticar e sugerir. Hoje a cidadania também é exercida na arena da mídia, na frente da TV, diante do computador ou das páginas impressas. Nas últimas duas décadas, diversos instrumentos de participação e leitura da mídia foram criados e aperfeiçoados. Entre os mais evidentes desses dispositivos, estão os observatórios de mídia, que se ocupam não apenas de ler os meios de comunicação, mas também de difundir uma cultura de consumo crítico das informações veiculadas.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 232
Cód.: 9788534928304



Políticas de comunicação

Buscas teóricas e práticas

Murilo César Ramos; Suzy dos Santos (orgs.)

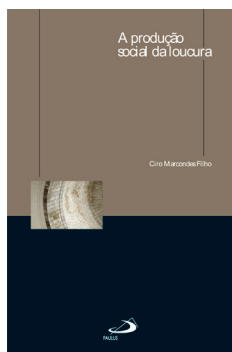
Sinopse

O temas das políticas de comunicação, pela proximidade com as exigências da prática — como aliás é característico das políticas sociais —, demanda precisão conceitual e esclarecimento teórico crescentes. Foi dessa constatação que nasceu o presente livro. Seus autores buscam, em cada capítulo, fazer avançar o aparato reflexivo tradicional de seu campo de estudo e pesquisa, analisando pertinências para a formulação de um corpus teórico-metodológico consistente e que contemple especificidades empíricas do cenário brasileiro das políticas de comunicação.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 408

Cód.: 9788534927437



A produção social da loucura

Ciro Marcondes Filho

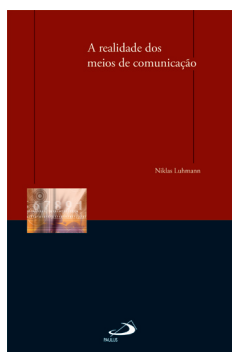
Sinopse

A obra apresenta um estudo dos processos de comunicação baseados numa psicanálise ampliada, que não separa as patologias familiares do contexto social que lhes dá suporte. O autor examina possíveis enfoques para a análise da comunicação de massa, entre elas a abordagem sociológica, que considera insuficiente, pois estuda os "objetos de comunicação social somente a partir de perspectivas externas", e a semiológica, que "permanece nas estruturas internas de seu objeto". O livro pormenoriza discussões sobre a comunicação e o poder e "aplica a psicanálise aos processos comunicacionais", tornando-se leitura obrigatória para quem se interessa ou trabalha com o assunto.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 256

Cód.: 9788534920551



A realidade dos meios de comunicação

Niklas Luhmann

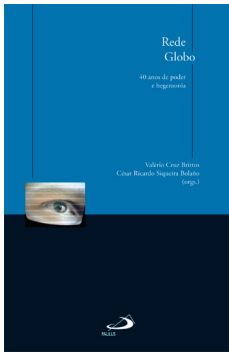
Sinopse

Aquilo que conhecemos acerca da sociedade e de seu entorno nos é transmitido quase exclusivamente pela mídia. Ao mesmo tempo, cresce em nós a suspeita de que esse conhecimento é manipulado. Avaliar a capacidade de informação de determinadas notícias e de seu poder de atração torna-se tarefa extremamente difícil e custosa sob vários aspectos. Niklas Luhmann procura esclarecer esses e outros desafios, proporcionando elementos para a construção de uma nova visão e função da mídia.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 200

Cód.: 9788534921909



Rede Globo

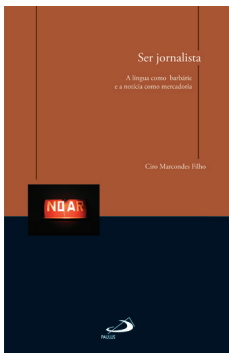
40 anos de poder e hegemonia

Valério Cruz Brittos; César Ricardo Siqueira Bolaño (orgs.)

Sinopse

A obra comemora os 40 anos da Rede Globo de Televisão e, além de analisar o papel histórico da emissora no processo político de construção da democracia, faz uma reflexão crítica dessa trajetória. O livro caracteriza-se por uma coletânea de artigos que buscam explicar esses 40 anos da Vênus Platinada. Seus capítulos tratam de questões políticas, econômicas, audiovisuais, além da inserção da emissora em outros mercados, como o cinema e a TV paga.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 376
Cód.: 9788534923378



Ser jornalista

A língua como barbárie e a notícia como mercadoria

Ciro Marcondes Filho

Sinopse

Esta obra apresenta um estudo sobre a essência de ser um profissional da informação e, a partir dessa temática, faz alguns questionamentos: seria a informação algo sério demais para ser confiada a jornalistas? Até que ponto os clichês se antepõem aos fatos, noticia-se sobre o que não ocorreu, busca-se a conformidade? Quem forma esses profissionais? Num primeiro momento, é feita uma profunda abordagem dos ideais de Karl Kraus, grande pensador da imprensa vienense na passagem do século XX. Em seguida, o autor analisa a atuação da imprensa brasileira em alguns casos recentes e marcantes, como o "caso Isabella", e apresenta as tendências do jornalismo para o século XXI.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 280
Cód.: 9788534930017



Ser jornalista

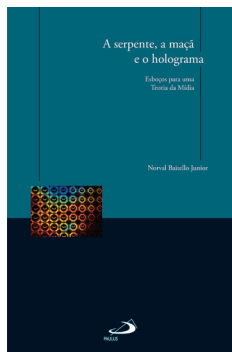
O desafio das tecnologias e o fim das ilusões

Ciro Marcondes Filho

Sinopse

Na primeira parte deste livro, Ciro Marcondes Filho apresenta uma retrospectiva do jornalismo, dando ênfase ao período da Revolução Francesa, às décadas iniciais que sofreram com as mudanças sociais causadas pelas revoluções burguesas, ao impacto da era da tecnologia e às estratégias de comunicação que veiculam, inconscientemente, uma propaganda por notícia. Num segundo momento, o autor inicia seu estudo sobre a prática do jornalismo a partir do início do século XXI e as tendências da profissão para o futuro.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 200
Cód.: 9788534930109



A serpente, a maçã e o holograma

Esboços para uma Teoria da Mídia

Norval Baitello Junior

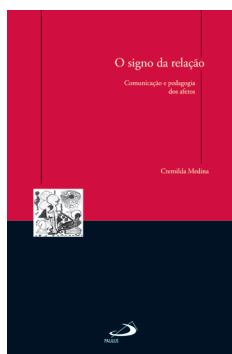
Sinopse

Para delinear alguns cenários reflexivos e críticos sobre a Teoria da Mídia, o autor apresenta nesta obra artigos que dialogam com os estudiosos Vilém Flusser, Harry Pross e Aby Warburg, precursores ou propositores de uma teoria das imagens mediáticas. As abordagens presentes neste trabalho estão todas associadas a novas constelações conceituais, conduzindo o leitor a um estudo minucioso e a uma ampliação do seu horizonte de compreensão, sem tratar de forma repetitiva ou insistente os ideais dos pensadores citados acima. Além disso, no decorrer das páginas, é possível encontrar ilustrações e fotografias, elementos que ajudam na construção de uma leitura ainda mais crítica.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 120

Cód.: 9788534931359



O signo da relação

Comunicação e pedagogia dos afetos

Cremilda Medina

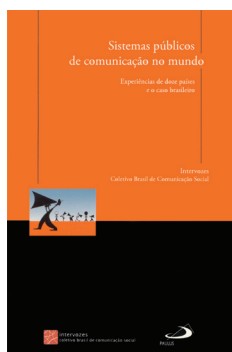
Sinopse

O signo da relação traduz o diálogo que a comunicação social pode promover. A autora discute as atrofias éticas, técnicas e estéticas das práticas que se dizem comunicacionais, mas que, em grande parte, não respondem às demandas coletivas. Em doze capítulos, percorre os temas emergentes da pesquisa e das necessárias aplicações profissionais, no sentido de reverter os fluxos autoritários da informação da atualidade. Como educadora, Cremilda Medina socializa a experiência pedagógica e expõe, no último capítulo, o laboratório da própria narrativa, cujo horizonte é a mudança de visão de mundo.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 200

Cód.: 9788534926041



Sistemas públicos de comunicação no mundo

Experiência de doze países e o caso brasileiro

VV.AA.

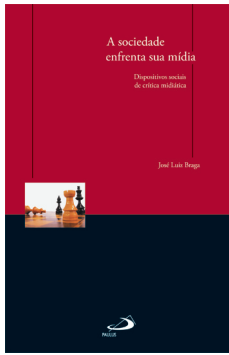
Sinopse

A dependência da sociedade brasileira dos modelos comerciais de radiodifusão gerou, ao longo dos anos, uma certa alienação das pessoas em relação aos benefícios proporcionados pela comunicação pública, visivelmente criticada com o recente surgimento da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), criada em 2007 pelo governo federal. Como contribuição para esse debate de grande importância, este livro traz um estudo das experiências de mídias públicas de doze países e faz uma análise do caso brasileiro, apontando os problemas e as perspectivas a serem enfrentados à luz das experiências internacionais aqui analisadas.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 336

Cód.: 9788534930260



A sociedade enfrenta sua mídia

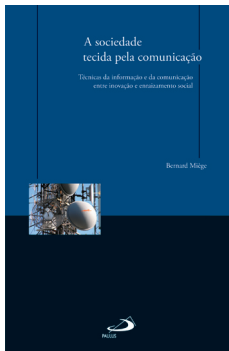
Dispositivos sociais de crítica midiática

José Luiz Braga

Sinopse

José Luiz Braga consegue, neste livro, o que muitos intelectuais e pesquisadores desejam, mas poucos alcançam: ter uma ideia diferente, inovadora, que abre caminhos atraentes e inexplorados. Aos dois sistemas que a Teoria da Comunicação reconhece existir — de produção e de recepção — o autor adiciona outro: o sistema de resposta, ou, mais especificamente, o “sistema de interação social sobre a mídia”. Pensar a partir dessa proposição abre uma visão sinóptica sobre diversos acontecimentos sociais cuja relevância o leitor rapidamente percebe.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 352
Cód.: 9788534924962



A sociedade tecida pela comunicação

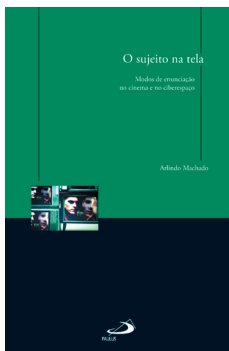
Técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social

Bernard Miège

Sinopse

As TIC (técnicas da informação e da comunicação) já não são novas. A microinformática, a telefonia móvel, a Internet, os sites na web e os conteúdos a eles associados estão agora presentes em todos os campos sociais e atividades. Seu desenvolvimento parece atender a um crescimento tecnológico irresistível. Às determinações técnicas se acrescentam diversos processos sociais que contribuem para o seu enraizamento na sociedade, e sete desses processos estão no coração desta obra. Essas TIC resultam das dependências e determinações cruzadas entre a ordem da técnica e do social. O autor opta por uma abordagem que evidencia as mutações e as mudanças operantes em nossas ações comunicacionais cotidianas.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 240
Cód.: 9788534930925



O sujeito na tela

Modos de enunciação no cinema e no ciberespaço

Arlindo Machado

Sinopse

Entre 1970 e 1985, o pensamento crítico a respeito do cinema empenhou-se na construção de uma teoria geral da subjetividade, conhecida genericamente como Teoria da Enunciação Cinematográfica. O processo de recepção do filme nesse período e o modo como a posição, a subjetividade e os afetos do espectador são trabalhados ou “programados” no cinema merecem uma atenção concentrada da crítica. O aparato tecnológico do cinema e a modelação do imaginário forjada por seus produtos foram submetidos a uma investigação minuciosa e intensiva. O autor nos mostra que essas teorias começam a entrar em crise quando novos meios assumem a hegemonia do mercado audiovisual e discute os novos regimes de subjetividade que estão sendo instaurados no ciberespaço.

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 254
Cód.: 9788534926706



Superciber: A civilização místico-tecnológica do século 21

Sobrevivência e ações estratégicas

Ciro Marcondes Filho

Sinopse

Não se pode imaginar a comunicação contemporânea sem a presença da técnica. E sob o termo “técnica” não se entendem apenas os aparelhos, os sistemas, as redes, mas, muito além disso, o pensar técnico, que se instala na cabeça do ser humano como único, inviabilizando todas as outras formas de pensar. É o que Heidegger chamava de “plenificação da metafísica”. Partindo do fato de que a civilização contemporânea não é só tecnológica, mas também mística, Ciro Marcondes Filho mostra as razões que fazem a civilização apostar num super-homem e numa super-humanidade, projeto utópico e ideológico universal para o homem.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 104

Cód.: 9788534931014



A televisão brasileira na era digital

Exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes

César Ricardo Siqueira Bolaño; Valério Cruz Brittos

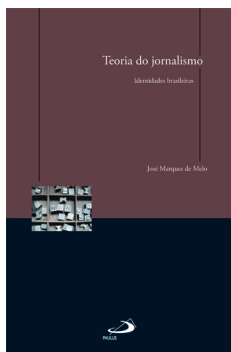
Sinopse

Os autores, com o rigor acadêmico que os caracteriza, nos brindam aqui com um marco amplo sobre a convergência tecnológica em geral e sobre a televisão digital em particular. Passam em revista o acontecido dos últimos anos na União Europeia, Estados Unidos e Japão e analisam a fundo o caso do Brasil, seu mercado televisivo e as regulações do setor. O foco principal, porém, é aproveitar o momento da regulação da tecnologia digital para redesenhar o conjunto do sistema de comunicação do país em um sentido mais democrático. Livro útil para todos os que batalham cada dia mais pela democratização das comunicações.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 328

Cód.: 9788534926904



Teoria do jornalismo

Identidades brasileiras

José Marques de Melo

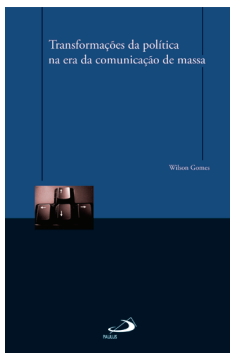
Sinopse

Profissionais, empresários e educadores procuram soluções consensuais para corresponder às novas demandas do mercado e da sociedade. Os programas universitários podem criar uma consciência coletiva, capaz de nutrir a profissão jornalística de conceitos, valores e utopias que a renovem, oxigenem, fortaleçam? Sistematizando evidências sobre a riqueza do pensamento jornalístico brasileiro, o autor pretende aproximar os futuros profissionais da realidade nacional, de modo a suscitar sua compreensão e atualização.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 280

Cód.: 9788534925129



Transformações da política na era da comunicação de massa

Wilson Gomes

Sinopse

A atividade política entregou-se notavelmente a uma dependência dos recursos e linguagens da comunicação de massa. Os políticos deixaram de ser agentes para se tornarem atores da cena televisiva sobre o fato de que os marqueteiros e os consultores de comunicação são as pessoas que, afinal, decidem as eleições. A obra examina cada uma das teses que tratam da interface entre comunicação e política: a profissionalização da política por meio de consultorias de comunicação, sua cobertura jornalística, a construção de imagens e a luta pela imposição da imagem predominante dos políticos.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 456

Cód.: 9788534921695



Vestígios da travessia Da imprensa à Internet – 50 anos de jornalismo

José Marques de Melo

Sinopse

Na primeira parte desta obra, José Marques de Melo faz um relato autobiográfico, destacando episódios de sua trajetória, percorrida entre a comunidade sertaneja e a metrópole globalizada. Na segunda, o autor apresenta alguns textos publicados nos seus 50 anos de intensa travessia jornalística, que evidenciam as diferentes fases de sua atividade narrativa, desde os exercícios de aprendiz até as mais recentes expressões de maturidade. Este volume se completa com um inventário de sua produção jornalística, dispersa nos vários canais, nos quais se podem contemplar outras faces da vida intelectual do autor.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 304

Cód.: 9788534928458



catálogo de
comunicação

coleção
*Questões
Fundamentais
da Comunicação*



Formato: 10,5 cm x 18 cm
Páginas: 120
Cód.: 9788534922012

Até que ponto, de fato, nos comunicamos?

Ciro Marcondes Filho

Sinopse

A sociedade da comunicação é uma sociedade onde a comunicação real vai ficando cada vez mais rara, remota e difícil, sem se realizar em sua plenitude. É dentro dessa perspectiva que o sociólogo e jornalista Ciro Marcondes Filho defende a tese de que “não nos comunicamos ou nos comunicamos, em verdade, muito pouco e em raras ocasiões”. Suas considerações nos levam a pensar se realmente essa comunicação ocorre e até que ponto podemos melhorá-la a nível interpessoal. O ato de comunicar é antes um processo, um acontecimento, o momento mágico entre duas intencionalidades, que não deve ser reduzido à linguagem estruturada e codificada numa língua.



Formato: 10,5 cm x 18 cm
Páginas: 96
Cód.: 9788534920759

O cinema manipula a realidade?

Sidney Ferreira Leite

Sinopse

Neste livro, Sidney Ferreira Leite discute o poder de manipulação da realidade exercido pelo cinema desde o momento em que passou a funcionar como instrumento de propagação de ideais de mundo. O autor também trata da sistematização da linguagem cinematográfica e suas estratégias narrativas, a relação entre ideologias políticas e o poder do Estado e, por fim, destaca alguns filmes que servem como ilustração das reflexões, como *O parque dos dinossauros*, *A queda do Império Romano*, *Júlio César*, *Gladiator*, *Watergate* e *Todos os homens do presidente*.



Formato: 10,5 cm x 18 cm
Páginas: 96
Cód.: 9788534922975

Comunicação: troca cultural?

Luís Mauro Sá Martino

Sinopse

Ensaio sobre as relações entre comunicação e cultura, tendo como ponto de partida o cenário fragmentado e complexo em que vivemos. Dos filmes de Chaplin ao cinema de vanguarda, de J. S. Bach ao *rock'n'roll*, a cultura contemporânea passa pelos meios de comunicação. Conhecer é a única maneira de resistir. O controle dos meios permite interferir no cotidiano e pode fazer da mídia a expressão política do Leviatã Digital. O autor tem por objetivo atingir estudantes e profissionais da área, bem como interessados no assunto.



Por que as comunicações e as artes estão convergindo?

Lucia Santaella

Sinopse

O livro apresenta, de forma didática, como os meios de comunicação de massa influenciam atualmente a produção artística. A autora procura fazer um paralelo entre os grandes acontecimentos da humanidade e suas consequências no desenvolvimento da cultura de massa. São apresentados fatores como a Revolução Industrial, o cinema, a Era da Internet e as transformações que eles trouxeram para a estética e os conceitos de arte. Também mostra como essas transformações estão provocando uma tendência cada vez mais acentuada para a intersecção da comunicação e das artes.

Formato: 10,5 cm x 18 cm

Páginas: 72

Cód.: 9788534923002



Por que os *reality shows* conquistam audiências?

Cosette Castro

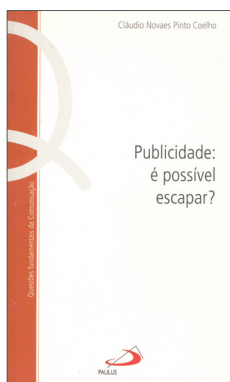
Sinopse

Este livro reflete sobre o processo de sedução que os *reality shows* alcançam no meio social para tentar entender a relação das audiências com esses produtos culturais. Não pretende discutir sobre a qualidade desses programas nem simplesmente criticar o produto e suas audiências. Coibir (ou apenas criticar) a presença dos *reality shows* na TV não garante a qualidade da programação, seja ela apresentada na TV aberta ou por assinatura. Este é um debate muito mais amplo com que a autora se propõe a contribuir, envolvendo o uso das novas tecnologias de comunicação, o uso da convergência digital, a circulação de produtos transnacionais e a modificação da noção de gêneros televisivos, por meio da sua constante e cada vez mais frequente hibridização.

Formato: 10,5 cm x 18 cm

Páginas: 72

Cód.: 9788534925488



Publicidade: é possível escapar?

Cláudio Novaes Pinto Coelho

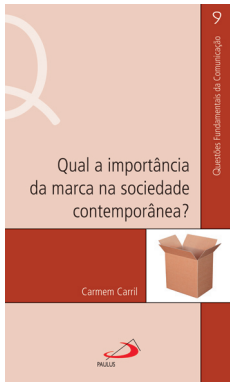
Sinopse

Cada vez mais percebemos a influência das peças publicitárias na sociedade de consumo atual, sobretudo nos próprios rumos da indústria cultural. Desde a simples venda de um produto de beleza até a divulgação de candidatos e partidos políticos nas eleições, o peso atual da propaganda é extremamente significativo numa sociedade de consumo. O autor discute, com senso crítico e apurado, o papel da publicidade no mundo moderno e mostra como é possível compreender esse fenômeno sem que se perca a capacidade de questioná-lo.

Formato: 10,5 cm x 18 cm

Páginas: 70

Cód.: 9788534920735



Formato: 10,5 cm x 18 cm
Páginas: 72
Cód.: 9788534926935

Qual a importância da marca na sociedade contemporânea?

Carmem Carril

Sinopse

A investigação que deve ser feita para responder a pergunta que intitula a obra remete-nos à premissa de que as marcas operam recorrendo à transmissão de sentimentos e emoções e à fixação de crenças e valores contextualizados. Dividido em seis capítulos, o livro discorre sobre o surgimento da gestão de marcas, conceitos e visão de autores, valor da marca, posicionamento, crises a que estão sujeitas as marcas, incluindo ainda uma reflexão que busca estimular a administração de programas de marcas para empresas de pequeno e médio porte.



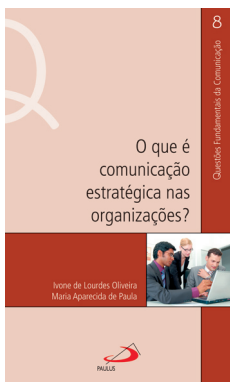
Formato: 10,5 cm x 18 cm
Páginas: 126
Cód.: 9788534927130

Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?

César Ricardo Siqueira Bolaño

Sinopse

O objetivo deste livro é discutir o modelo de regulação do setor audiovisual e do conjunto do macrossetor das comunicações no Brasil, analisando a evolução histórica da legislação sobre o tema. Para entender o problema em sua amplitude, é preciso ir além dos aspectos jurídico-formais e analisá-lo na perspectiva da economia política e da reestruturação dos mercados e das relações de poder e hegemonia que se processam hoje no setor do audiovisual no país.



Formato: 10,5 cm x 18 cm
Páginas: 84
Cód.: 9788534926966

O que é comunicação estratégica nas organizações?

Ivone de Lourdes Oliveira; Maria Aparecida de Paula

Sinopse

Embora o tema comunicação estratégica seja a tônica nas discussões e estudos sobre comunicação organizacional, as referências conceituais a respeito são ainda restritas. Eis a tarefa à qual as autoras se dedicam neste livro: ao aprofundarem aspectos teórico-conceituais e práticos sobre a comunicação nas empresas, elas propõem cinco componentes que conferem dimensão estratégica ao processo, numa perspectiva dialógica, simétrica e contemporânea dos relacionamentos das organizações com a sociedade. A trajetória acadêmica e de pesquisa em comunicação organizacional trilhada pelas autoras amplia a reflexão sobre o tema e contribui para a construção teórica da área.



Formato: 10,5 cm x 18 cm

Páginas: 92

Cód.: 9788534920742

Teledramaturgia brasileira: arte ou espetáculo?

Ana Maria C. Figueiredo

Sinopse

Questão polêmica e recorrente nas principais discussões do país, o poder da teledramaturgia brasileira é analisado nesta obra. Atacado ferozmente ou defendido incondicionalmente, esse ramo televisivo nacional é uma das mais conhecidas manifestações de nossa cultura. A autora traça um perfil da teledramaturgia de nosso país, discutindo se ela pode ser considerada “arte” ou mero “espetáculo barato”, além de apresentar o contexto histórico da televisão brasileira, a importância das minisséries e seriados, a influência da Rede Globo e outras variantes.





ÓTIMAS INSTALAÇÕES, PROFISSIONAIS DE RENOME E SERIEDADE AO **ENSINAR:** A GENTE PROVA, VOCÊ APROVA!



JORNALISMO
PUBLICIDADE
RÁDIO E TV
RELAÇÕES PÚBLICAS

MEC

NOTA

4

Nota de 0 a 5



FAPCOM

Faculdade Paulus de
Tecnologia e Comunicação

Processo seletivo continuado

As provas podem ser agendadas para os vestibulares de verão e inverno.

Agende sua prova.

0800 7090 8707 | www.fapcom.com.br

catálogo de
comunicação

Outros Títulos



Dicionário da Comunicação

Ciro Marcondes Filho (org.)

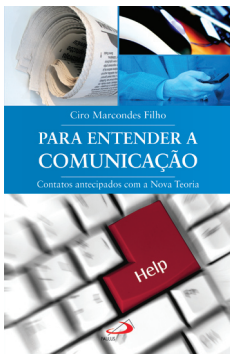
Sinopse

A comunicação já amadureceu a ponto de constituir campo científico sério e respeitável. Sessenta especialistas brasileiros de primeira linha, reunidos neste *Dicionário da Comunicação*, apostam nisso, na organização, na estruturação e na definição de um código próprio que consolide seus conceitos, que corrija o que é indevido, que se institua como padrão terminológico nacional. Esta obra dá conta de todo o espectro da comunicação, que vai desde a forma interpessoal, grupal, passando pela presencial no ensino, até a chamada “comunicação social”, que abrange as formas irradiadas (televisão, rádio, publicidade) e os processos eletrônicos.

Formato: 12,5 cm x 22,5 cm

Páginas: 376

Cód.: 9788534930734



Para entender a comunicação

Contatos antecipados com a Nova Teoria

Ciro Marcondes Filho

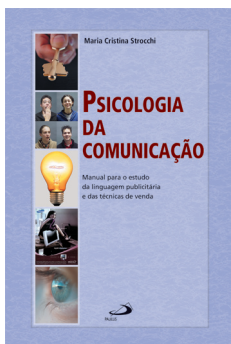
Sinopse

Pesquisar comunicação é estudar o processo e a constituição da relação que se cria entre as pessoas. *Para entender a comunicação – Contatos antecipados com a Nova Teoria* tem o intuito de propor uma nova teoria, necessária e urgente, diante da velocidade da inovação tecnológica, da obsolescência das teorias correntes, da confusão entre as áreas temáticas e as pertinências que se estabeleceram nos últimos anos. Este volume traz, de forma simples e direta, algumas inovações em relação ao conceito de comunicação e suas novas formas de pesquisa.

Formato: 13,5 cm x 21 cm

Páginas: 176

Cód.: 9788534929417



Psicologia da comunicação

Manual para o estudo da linguagem publicitária e das técnicas de venda

Maria Cristina Strocchi

Sinopse

Dividido em 14 módulos de estudo, *Psicologia da comunicação* é um excelente manual sobre a linguagem publicitária e as técnicas de venda. Inicia com os conceitos básicos da psicologia e sua aplicação na publicidade, desenvolve temas como percepção, motivação, emoção, persuasão, memória, condicionamento, inteligência, estados cognitivos, teoria da personalidade, comunicação de massa, comunicação publicitária, psicologia de venda, entre outras. Sua maior riqueza, no entanto, é intercalar conceitos com exercícios práticos e ilustrações, o que torna o estudo muito mais útil tanto para professores como para estudantes e profissionais de Psicologia e Comunicação.

Formato: 16 cm x 23 cm

Páginas: 184

Cód.: 9788534926607

catálogo de comunicação

Índice



ÍNDICE DAS OBRAS

Até que ponto, de fato, nos comunicamos?	26
Caminhos cruzados da comunicação (Os)	
Política, economia e cultura.....	10
Cinema manipula a realidade (O)?	26
Comunicação e cultura das minorias.....	10
Comunicação e democracia	
Problemas e perspectivas	10
Comunicação e inovação	
Reflexões contemporâneas.....	11
Comunicação e sociedade do espetáculo	11
Comunicação verbal, educação vocal	
O teatro – Fonte e apoio	11
Comunicação: troca cultural?.....	26
Corpo e comunicação	
Sintoma da cultura	12
Culturas e artes do pós-humano	
Da cultura das mídias à cibercultura	12
Dicionário da Comunicação	32
Dromocracia cibercultural (A)	
Lógica da vida humana na civ. mediática avançada	12
É preciso salvar a comunicação	13
Escavador de silêncios (O)	
Formas de cons. e de descon. sentidos na Comunicação	13
Esfinge midiática (A)	13
Ética e comunicação organizacional	14
Futuro da internet (O)	
Em direção a uma ciberdemocracia planetária.....	14
Habitus na comunicação (O)	14
História do pensamento comunicacional	15
Interesses cruzados	
A produção da cultura no jornalismo brasileiro	15
Jornalismo: comunicação, literatura e compr. social	15
Linguagens líquidas na era da mobilidade	16
Mídia controlada	
A história da censura no Brasil e no mundo	16
Mídia e cultura popular	
História, taxionomia e metodologia da folkcomunicação ...	16
Mídia e movimentos sociais	
Linguagens e coletivos em ação.....	17
Mídia e poder simbólico	17
Mídia e terror	
Comunicação e violência política	17
Midiatização e processos sociais na América Latina	18
Navegar no ciberespaço	
O perfil cognitivo do leitor imersivo.....	18
Observatórios de mídia	
Olhares da cidadania.....	18
Para entender a comunicação	
Contatos antecipados com a Nova Teoria.....	32
Políticas de comunicação	
Buscas teóricas e práticas.....	19
Por que as comunicações e as artes estão convergindo?.....	27
Por que os reality shows conquistam audiências?	27

Produção social da loucura (A).....	19
Psicologia da comunicação	
Manual para o estudo da ling. public. e das téc. de venda.....	32
Publicidade: é possível escapar?	27
Qual a importância da marca na sociedade contemporânea?....	28
Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?.....	28
Que é comunicação estratégica nas organizações (O)?	28
Realidade dos meios de comunicação (A).....	19
Rede Globo	
40 anos de poder e hegemonia.....	20
Ser jornalista	
A língua como barbárie e a notícia como mercadoria	20
Ser jornalista	
O desafio das tecnologias e o fim das ilusões.....	20
Serpente, a maçã e o holograma (A)	
Esboços para uma Teoria da Mídia	21
Signo da relação (O)	
Comunicação e pedagogia dos afetos	21
Sistemas públicos de comunicação no mundo	
Experiência de doze países e o caso brasileiro	21
Sociedade enfrenta sua mídia (A)	
Dispositivos sociais de crítica midiática	22
Sociedade tecida pela comunicação (A)	
Técnicas da inf. e da comunic. entre inovação e enraiz. social... 22	
Sujeito na tela (O)	
Modos de enunciação no cinema e no ciberespaço	22
Superciber: A civilização místico-tecnológica do século 21	
Sobrevivência e ações estratégicas.....	23
Teledramaturgia brasileira: arte ou espetáculo?	29
Televisão brasileira na era digital (A)	
Exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes	23
Teoria do jornalismo	
Identidades brasileiras.....	23
Transformações da política na era da comunic. de massa	24
Vestígios da travessia	
Da imprensa à Internet – 50 anos de jornalismo.....	24

ÍNDICE DOS AUTORES

Barbalho, Alexandre	10
Bolaño, César Ricardo Siqueira	20, 23, 28
Braga, José Luiz.....	18, 22
Brittos, Valério Cruz	20, 23
Caprino, Mônica Pegurer	11
Carril, Carmem	28
Castro, Cosette.....	27
Castro, Valdir José de	11
Christofolletti, Rogério	18
Coelho, Cláudio Novaes Pinto	11, 27
Ferreira, Jairo	17, 18
Figueiredo, Ana Maria C.	29
Filho, Ciro Marcondes	13, 14, 19, 20, 23, 26, 32



Filho, Clóvis de Barros	14
Gadini, Sérgio Luiz	15
Gomes, Pedro Gilberto	18
Gomes, Wilson	10, 24
Junior, Norval Baitello	21
Leite, Sidney Ferreira	26
Lemos, André	14
Lévy, Pierre	14
Luhmann, Niklas	19
Machado, Arlindo	22
Maia, Rousiley C. M.	10
Martino, Luís Mauro Sá	14, 17, 26
Mattos, Sérgio	16
Medina, Cremilda	21
Melo, José Marques de	10, 13, 15, 16, 23, 24
Miège, Bernard	22
Motta, Luiz Gonzaga	18
Neto, Antônio Fausto	18
Oliveira, Ivone de Lourdes	28
Paiva, Raquel	10
Paula, Maria Aparecida de	28
Ramos, Murilo César	19
Santaella, Lucia	12, 16, 18, 27
Santos, Suzy dos	19
Strocchi, Maria Cristina	32
Trivinho, Eugênio	12
Vicchiatti, Carlos Alberto	15
Vizer, Eduardo	17
Wainberg, Jacques A.	17
Wolton, Dominique	13
Zaratin, Terezinha Nackéd	11

ÍNDICE DAS COLEÇÕES

Coleção Comunicação	9
Coleção Questões Fundamentais da Comunicação	25
Outros Títulos	31



Conheça a coleção Ciências Sociais, da PAULUS



Manual de sociologia da religião

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 360



Sociologia e sociedade pós-industrial – Uma introdução

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 232



Introdução à política brasileira

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 304



Vinte anos de Constituição

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 264



Compêndio de sociologia

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 800



Democracia racial, do discurso à realidade

Formato: 13,5 cm x 21 cm
Páginas: 264



Conheça a coleção História da Filosofia, da PAULUS



Vol. 1 - Filosofia pagã antiga

Formato: 21 cm x 27,5 cm
Páginas: 386



Vol. 2 - Patrística e Escolástica

Formato: 21 cm x 27,5 cm
Páginas: 340



Vol. 3 - Do Humanismo a Descartes

Formato: 21 cm x 27,5 cm
Páginas: 322



Vol. 4 - De Spinoza a Kant

Formato: 21 cm x 27,5 cm
Páginas: 440



Vol. 5 - Do Romantismo ao Empiricriticismo

Formato: 21 cm x 27,5 cm
Páginas: 384



Vol. 6 - De Nietzsche à Escola de Frankfurt

Formato: 21 cm x 27,5 cm
Páginas: 496



Vol. 7 - De Freud à atualidade

Formato: 21 cm x 27,5 cm
Páginas: 288

29 LIVRARIAS POR TODO O BRASIL

LIVRARIAS NO BRASIL

Aparecida / SP

Centro de Apoio aos Romeiros, s/nº
Lojas 44, 45, 78, 79 – Norte B
CEP: 12570-000
Tel.: (12) 3104.1145
aparecida@paulus.com.br

Aracaju / SE

Rua Laranjeiras, 319 – Centro
CEP: 49010-000
Tel.: (79) 3211.2927
aracaju@paulus.com.br

Belém / PA

Rua Vinte e Oito de Setembro, 61 –
Campina
CEP: 66019-100
Tel.: (91) 3212.1195
belempaulus.com.br

Belo Horizonte / MG

Rua da Bahia, 1136 – Ed. Arcângelo
Maleta – Centro
CEP: 30160-011
Tel.: (31) 3274.3299
bh@paulus.com.br

Brasília / DF

SCS – Q. 1 – Bloco I
Edifício Central – Loja 15 – Asa Sul
CEP: 70304-900
Tel.: (61) 3225.9847
brasilia@paulus.com.br

Campinas / SP

Rua Barão de Jaguara, 1163 – Centro
CEP: 13015-002
Tel.: (19) 3231.5866
campinas@paulus.com.br

Campo Grande / MS

Av. Calógeras, 2405 – Centro
CEP: 79002-001
Tel.: (67) 3382.3251
campogrande@paulus.com.br

Caxias do Sul / RS

Av. Júlio de Castilhos, 2029 – Bairro
Centro
CEP: 95010-005
Tel.: (54) 3221.7797
caxias@paulus.com.br

Cuiabá / MT

Rua Antônio Maria Coelho, 180 –
Centro
CEP: 78005-420
Tel.: (65) 3623.0207
cuiaba@paulus.com.br

Curitiba / PR

Praça Rui Barbosa, 599 – Centro
CEP: 80010-030
Tel.: (41) 3223.6652
curitiba@paulus.com.br

Florianópolis / SC

Rua Jerônimo Coelho, 119
Centro
CEP: 88010-030
Tel.: (48) 3223.6567
florianopolis@paulus.com.br

Fortaleza / CE

Rua Floriano Peixoto, 523
Praça do Ferreira – Centro
CEP: 60025-130
Tel.: (85) 3252.4201
fortaleza@paulus.com.br

Goiânia / GO

Rua Seis, 201 – Centro
CEP: 74023-030
Tel.: (62) 3223.6860
goiania@paulus.com.br

João Pessoa / PB

Praça Dom Aduino, s/nº
Junta à Cúria – Centro
CEP: 58010-670
Tel.: (83) 3221.5108
joaopessoa@paulus.com.br

Juiz de Fora / MG

Av. Barão do Rio Branco, 2590 –
Centro
CEP: 36016-311
Tel.: (32) 3215.2160
juizdefora@paulus.com.br

Manaus / AM

Rua Itamaracá, 21 – Centro
CEP: 69010-210
Tel.: (92) 3622.7110
manaus@paulus.com.br

Natal / RN

Rua Cel. Cascudo, 333
Cidade Alta
CEP: 59025-260
Tel.: (84) 3211.7514
natal@paulus.com.br

Porto Alegre / RS

Rua José Montauray, 155 – Centro
CEP: 90010-090
Tel.: (51) 3227.7313
portoalegre@paulus.com.br

Recife / PE

Av. Dantas Barreto, 1000 B – Bairro
São José
CEP: 50020-000
Tel.: (81) 3224.9637
recife@paulus.com.br

Ribeirão Preto / SP

Rua São Sebastião, 621 – Centro
CEP: 14015-040
Tel.: (16) 3610.9203
ribeiraopreto@paulus.com.br

Rio de Janeiro / RJ

Rua México, 111-B – Castelo
CEP: 20031-145
Tel.: (21) 2240.1303
riodejaneiro@paulus.com.br

Salvador / BA

Av. Sete de Setembro, 80 – Rel. de
S. Pedro
CEP: 40060-001
Tel.: (71) 3321.4446
salvador@paulus.com.br

Santo André / SP

Rua Campos Sales, 255 – Centro
CEP: 09015-200
Tel.: (11) 4992.0623
stoandre@paulus.com.br

São José do Rio Preto / SP

Rua Quinze de Novembro, 2826
CEP: 15015-110
Tel.: (17) 3233.5188
riopreto@paulus.com.br

São Luís / MA

Rua da Paz, 121 – Centro
CEP: 65020-450
Tel.: (98) 3231.2665
saoluis@paulus.com.br

Vitória / ES

Rua Duque de Caxias, 121 – Centro
CEP: 29010-120
Tel.: (27) 3323.0116
vitoria@paulus.com.br

LIVRARIAS EM SÃO PAULO

Praça da Sé

Praça da Sé, 180 – Centro
CEP: 01001-001
Tel.: (11) 3107.9525
pracase@paulus.com.br

Raposo Tavares

Via Raposo Tavares, Km 18,5
CEP: 05576-200
Tel.: (11) 3789.4005
raposotavares@paulus.com.br

Vila Mariana

Rua Dr. Pinto Ferraz, 207 – Metrô V.
Mariana
CEP: 04117-040
Tel.: (11) 5549.1582
vilamariana@paulus.com.br



Departamento Editorial

Tel.: (11) 5087.3700
editorial@paulus.com.br

Setor de Divulgação

Tel.: (11) 5087.3716
divulgacao@paulus.com.br

Assessoria de Imprensa

Tel.: (11) 5087.3734/5087.3742
assessor.imprensa@paulus.com.br
imprensa@paulus.com.br

Central Administrativa

Rua Francisco Cruz, 229
Vila Mariana – São Paulo/SP
CEP: 04117-091
Tel.: (11) 5087.3700
Fax: (11) 5579.3627

Vendas/Distribuição

Via Raposo Tavares, Km 18,5
CEP: 05576-200
Tel.: (11) 3789.4000
Fax: (11) 3789.4011
vendas@paulus.com.br

SAC

Tel.: (11) 3789.4119
sac@paulus.com

PAULUS Showroom

Via Raposo Tavares, Km 18,5 - Jd. Arpoador
CEP: 05576-200
Tel.: (11) 3789.4025
Fax: (11) 3789.4004
venhaconhecer@paulus.com.br

PAULUS Periódicos

Tel.: (11) 3789.4000 (grande São Paulo)
Tel.: 0800.164011 (outras localidades)
assinaturas@paulus.com.br

Visitação Escolar

Para mais informações, entre em contato com:
(11) 5087.3716 e solicite a visita de um dos nossos divulgadores.
divulgacao@paulus.com.br

FAPCOM

Rua Major Maragliano, 191
Vila Mariana – São Paulo/SP
Tel.: (11) 2139.8500 / 0800.709 8707
secretaria@fapcom.com.br
www.fapcom.com.br



PAULUS

Sede Administrativa
Rua Francisco Cruz, 229
São Paulo / SP (Brasil)
CEP: 04117-091
Tel.: 55 11 5087.3700
Fax: 55 11 5579.3627
paulus.com.br