



Dicas para passar em concursos de Comunicação Social

Concurso de Comunicação Social

Durante 2 anos, eu fiz um estudo de 220 provas de concursos públicos de Comunicação Social.

A partir deste estudo relacionei algumas dicas, que considero indispensáveis para passar.

Esta publicação traz o perfil das cinco principais bancas e uma lista comentada dos livros mais adotados e passíveis de adoção pelas bancas.

Indica a rotina para estudar em casa e técnicas para a memorização, a partir de estudos da neurologia, psicopedagogia e pedagogia.

Contém depoimentos de aprovados em primeiro lugar, todos parceiros e alunos do ISCOM.

Também apresenta uma ampla pesquisa sobre os temas das questões.

Quero ajudar você a passar no próximo concurso.



Prof. Aldo Schmitz

Como estudar sozinho em casa

Estudar em casa, com apostilas e livros ou em curso pela internet, exige autocontrole e uma rotina diária.

É preciso estabelecer horários fixos para dormir e comer. Isso ajuda na ambientação do corpo e aumenta o rendimento.

A mente funciona por metas. Então determine o que vai estudar em cada dia. Isso motiva e facilita o planejamento.

Mas não se pode exagerar. O estresse esgota os neurônios e interfere na memorização.

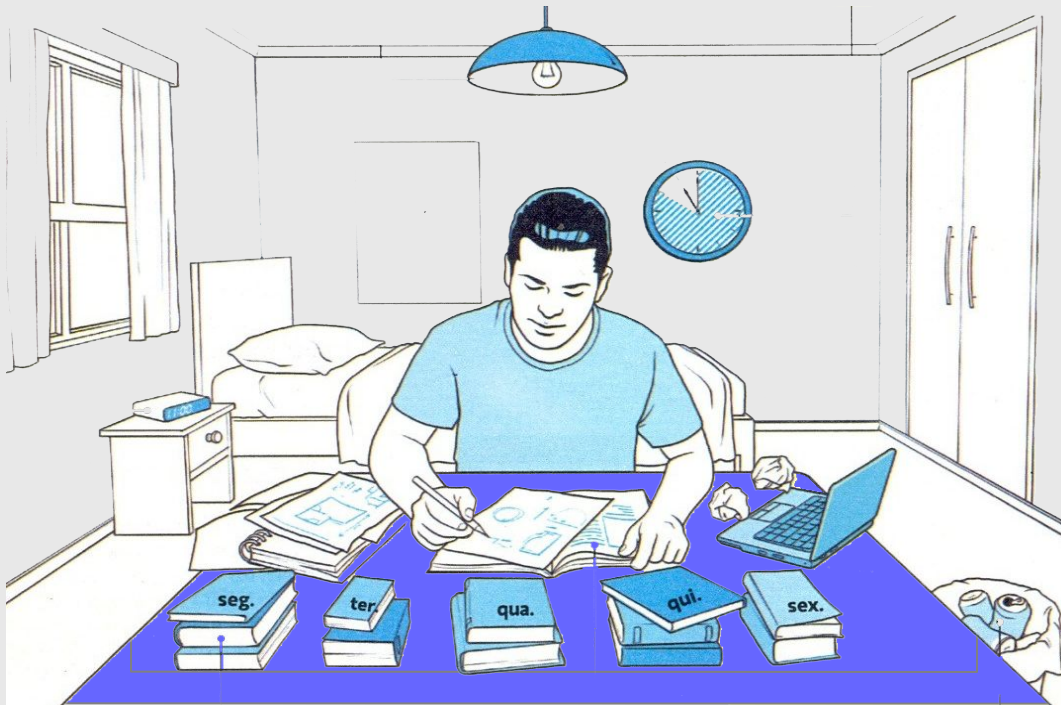
Nada como se divertir nos fins de semana: cinema, shows, jantares, bares e namorar também faz bem.

1

Estude em ambiente com decoração básica e móveis confortáveis, exclusivo para os estudos, sem interferências de pessoas, animais nem barulhos

2

Escolha uma luminosidade média, pois a luz fraca dá sonolência e a forte inibe a melatonina, responsável pela pontualidade do corpo



3

Estabeleça um período fixo de estudo, de preferência pela manhã, quando o córtex, que estimula o raciocínio, alcança a potência máxima

4

Alimente-se regularmente, a cada três horas: café da manhã, almoço e jantar, intercalados por lanches leves

5

Durma cerca de oito horas, pois o sono restaura a sinapse, elo entre os neurônios, que melhora a concentração nos estudos

Adaptação do artigo de Itamar Cardin. Como estudar sozinho em casa. *Superinteressante*, n. 302, mar. 2022. O autor ouviu professores e pesquisadores de neurologia e pedagogia

O segredo é memorizar



Existe uma diferença entre aprender e memorizar.

Aprender é muito importante, mas é o primeiro degrau. Para um concurso público é imprescindível a memorização.

A formação da memória passa por quatro degraus:

- ❶ Aprender: incorporar algo novo;
- ❷ Consolidar: associar o que se aprendeu;
- ❸ Arquivar: guardar na memória;
- ❹ Recrutar.

Recrutar significa utilizar no momento que se precisa, aquilo que se aprendeu, consolidou e arquivou.

A memorização para concursos exige galgar estes degraus.

Para aprender é importante ler. Somente a leitura consolida a aprendizagem.

Os mapas mentais ajudam a arquivar o que se aprendeu e acelerar a memorização.

Para consolidar e arquivar é essencial a leitura de livros e artigos, que auxilia na interpretação e reduz as dúvidas nas respostas, isto é, menos “chutes”.

Para validar a memorização é preciso fazer exercícios, como jogos de memória e simulados com questões de concursos anteriores.

Ou seja, este conjunto forma a memória, uma cognição plena.

Técnicas para a memorização

Os maiores especialistas em técnicas de memorização para passar em concursos públicos dão dicas tão valiosas quanto ouro puro.



Um estudo científico* indica o que mais ajuda na memorização.

* Pesquisa da equipe do psicopedagogo John Dunlosky, da Universidade de Kent, Ohio, EUA.

Esta página segue o leiaute dos mapas mentais do GoConqr

Dicas de aprovados em primeiro lugar

Depoimentos de aprovados em concursos de Comunicação Social concorridos

1

Mariana Mazza

Aprovada nos concursos da Aeronáutica e da Câmara Municipal do Rio de Janeiro: “assim como eu consegui, vocês também conseguem! É preciso apenas persistência, acreditar em si, no seu potencial, e estudar! Não tem como, tem que estudar!”

2

Valéria Feitoza

Aprovada no Tribunal de Contas do Distrito Federal: “decidi ter dedicação exclusiva aos estudos, quando procurei saber mais sobre técnicas de estudo para ter um aproveitamento melhor e passar dentro das vagas do edital”

3

Francisco Souza

Primeiro colocado no concurso do Superior Tribunal de Justiça (STJ): “é importante estudar as coisas certas, da forma correta e ter uma estratégia para fazer em três ou quatro horas o que os outros estão fazendo em 10!”

4

Rudson Pinheiro Soares

Primeiro lugar, com a nota máxima, no concurso da Assembleia Legislativa do Amapá (Alap). Prefere concentrar os estudos em um período curto, mas intensivamente.

5

Juliana Dias

Primeiro lugar para o cargo de jornalista e em sétimo na classificação geral do concurso da SPGG-RS. “Foram, aproximadamente, 4 meses de muita dedicação aos estudos”.



Francisco Souza

Os livros mais adotados pelas bancas

Os livros mais utilizados pelas bancas em concursos de Comunicação Social são também as obras mais estudadas.

Esta lista é resultado de um estudo minucioso em cerca de 220 concursos de Comunicação Social nos últimos anos

São livros citados em depoimentos de aprovados em concursos. Contém ainda obras recentes, passíveis de adoção.

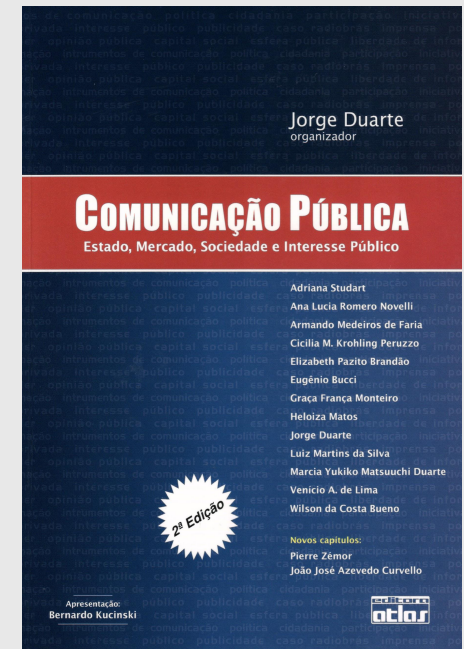
1

COMUNICAÇÃO PÚBLICA E ORGANIZACIONAL

Comunicação empresarial, de Wilson da Costa Bueno. Manole. Teorias (comunicação nas organizações, assessoria de imprensa, sustentabilidade) e boas práticas (gestão, comunicação interna, avaliação de imagem). A obra atualiza a edição anterior, ao tratar das mídias digitais, sustentabilidade, relações com a mídia, gestão de crises, imagem e reputação

Tratado de comunicação organizacional e política, de Gaudêncio Torquato. Thomson Learning. Reúne conceitos, técnicas, casos, projetos e orientações na comunicação pública e política. Aborda temas recorrentes nos concursos de Comunicação Social, inclusive o marketing político e eleitoral

Comunicação pública, de Jorge Duarte (org.). Atlas. Concepções, ações, formas e instrumentos da comunicação pública, cidadania, opinião pública, publicidade, comunicação interna e interesse público. Cada capítulo é escrito por um pesquisador conceituado. A obra analisa em profundidade os múltiplos significados e aplicações da comunicação nos órgãos públicos





ASSESSORIA DE IMPRENSA E RELAÇÕES COM A MÍDIA

2

Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia, de Jorge Duarte (org.). Atlas. Vários autores e temas: história da assessoria de imprensa, publicações jornalísticas, release, relações com a mídia, sala de imprensa, mídia training, gestão de crise e outros instrumentos

Assessoria de imprensa, de Elisa Kopplin e Luiz Artur Ferraretto. Summus. Aborda as origens históricas, conceitos e funções, redação de release, produção de publicações periódicas, organização de entrevista coletiva, estrutura de uma assessoria, além de aspectos éticos e legais

Assessoria de imprensa, de Maristela Mafei. Contexto. Com ampla experiência na área, a autora mostra os bastidores da assessoria de imprensa: os desafios profissionais, o mercado de trabalho, clientes, instrumentos, relações com a mídia, erros mais comuns, situações de crise etc.

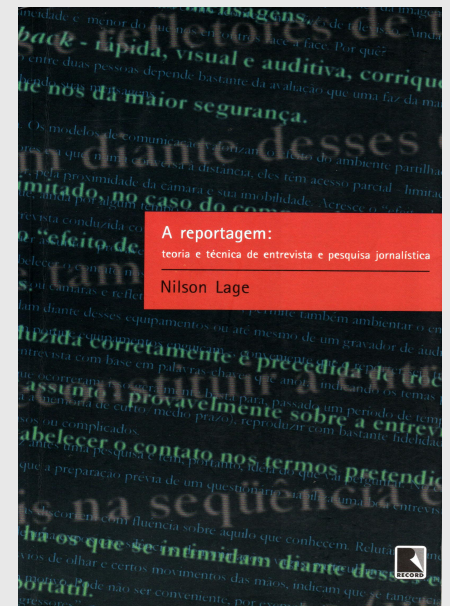
3

JORNALISMO E REDAÇÃO JORNALÍSTICA

Técnicas de codificação em jornalismo, de Mario Erbolato. Ática. Progresso, categorias e matérias-primas do jornalismo, redação e linguagem jornalística, cobertura, trabalho e estrutura das redações

Jornalismo: matéria de primeira página, de Luiz Amaral. Tempo Brasileiro. Aborda as características de cada tipo de mídia (jornal, revista, rádio, TV), estrutura das redações, gêneros jornalísticos (notícia, reportagem, entrevista, crônica, coluna etc.)

A reportagem, de Nilson Lage. Record. As transições do jornalismo, pauta, fontes, tipos de notícias, reportagens e entrevistas, formação do jornalista e ética jornalística



A reportagem:
teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística
Nilson Lage



Jornalismo empresarial, de Francisco Gaudêncio Torquato. Summus. Visão histórica, formas, questões técnicas e políticas, modelos de publicações, planejamento e roteiro de produção. Obra pioneira que apresenta um roteiro completo sobre a produção de uma publicação organizacional

PUBLICAÇÕES E PRODUÇÃO GRÁFICA

4

Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação, de Antonio Celso Collaro. Summus. Princípios da diagramação e tipologia, na produção de livros, jornais e revistas. A edição atualizada inclui as técnicas da editoração eletrônica

Diagramação, de Rafael Souza Filho. Summus. O planejamento gráfico e as técnicas de produção visual. Técnicas de produção e processos de impressão, incluindo aspectos de tipologia e um guia prático de diagramação

5

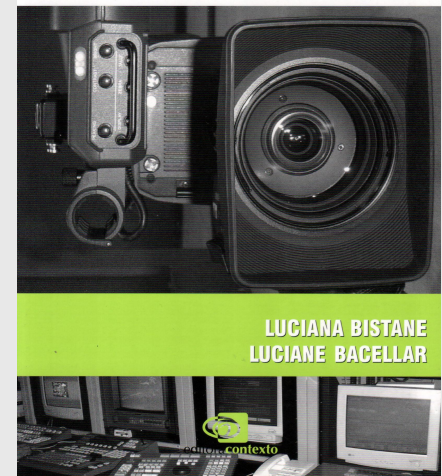
RADIOJORNALISMO E TELEJORNALISMO

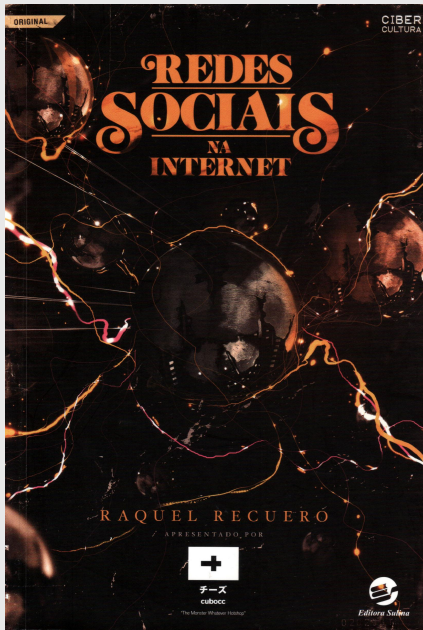
Manual de jornalismo para rádio, TV e novas mídias, de Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima. Elsevier. Ética, liberdade de imprensa, origem das notícias, jornalismo on-line, reportagem, notícias, âncoras e apresentadores, texto e edição para rádio, TV e internet.

Rádio, de Luiz Artur Ferraretto. Summus. Conceitos, a linguagem e a mensagem radiofônica, programação, segmento, formato e programa, apresentação e locução, a redação jornalística e gêneros (notícia, reportagem, entrevista), cobertura esportiva

Jornalismo de TV, de Luciana Bistame e Luciane Bacellar. Contexto. O repórter de TV, telejornalismo e a força da imagem, cobertura, jornalismo investigativo, guerra de audiência, mercado de trabalho e depoimentos de jornalistas de TV

JORNALISMO DE TV





Redes sociais na internet, de Raquel Recuero. Sulina. Os elementos, tipologia, dinâmica, tipos, blogs, redes sociais (Facebook, Twitter, Flickr, Instagram e vídeos do YouTube), difusão de informação e comunidades. A internet como esfera pública de cooperação, competição e conflito

Estratégias de comunicação nas mídias sociais, de Wilson da Costa Bueno (org.). Manole. Vários autores abordam conceitos e reflexões (cultura, imagem e reputação, visibilidade, comunicação interna, crises) e práticas (estratégias, relações com a mídia, fontes e avaliações)

Estratégia em mídias sociais, de Fabio Cipriani. Campus. O ambiente do mundo social e as estratégias nas redes sociais digitais (diagnóstico, abordagem, dimensões, ROI, e impactos).

COMUNICAÇÃO DIGITAL

6

7

TEORIAS DA COMUNICAÇÃO E DO JORNALISMO

Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são (v. 1), de Nelson Traquina. Insular. O que é jornalismo, trajetória histórica, profissão, ideologia e as teorias do jornalismo (espelho, organizacional, interacionista etc.)

Teoria do jornalismo, de Felipe Pena. Contexto. Conceitos e histórias (fontes, notícia, reportagem), teorias e críticas (newsmaking, gatekeeper, agenda setting) tendências e alternativas (jornalismo digital, comunitário, investigativo, científico)

Jornalismo: questões, teorias e “estórias”, de Nelson Traquina (Org.). Insular. Coletânea de textos resumidos das principais teorias do jornalismo, escritos pelos próprios teóricos

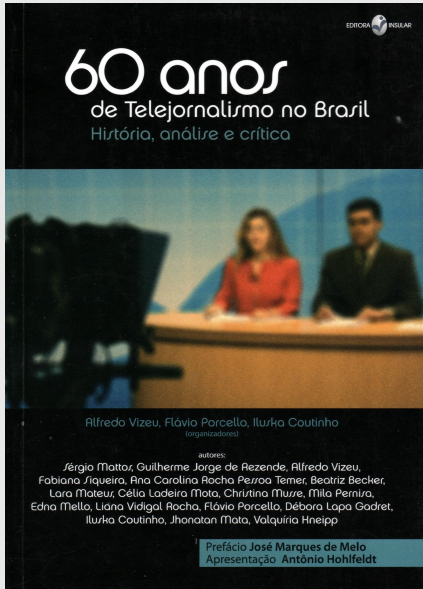
Nelson Traquina (Organizador)

JORNALISMO: QUESTÕES, TEORIAS E “ESTÓRIAS”

Apresentação EDUARDO MEDITSCH e GUILHERME GUERREIRO NETO

ADRIANO DUARTE RODRIGUES BRIAN ROBERTS CHAS CHRITCHER DANIEL C. HALLIN
DAVID MANNING WHITE E. BARBARA PHILLIPS EDWARD S. HERMAN ELIHU KATZ
GAYE TUCHMAN HARVEY MOLOTT JAY G. BLUMLER JOHAN GULTUGN JOHN CLARKE
JOHN SOLOSKI MARI HOLMBOE RUGE MARILYN LESTERS MICHAEL GUREVITCH
MICHAEL SCHUDSON NELSON TRAQUNA PAOLO MANCINI PAUL H. WEAVER
PHILIP SCHLESINGER ROBERT A. HACKETT ROBERT W. DARDENNE S. ELIZABETH BIRD
STUART HALL WARREN BREED

EDITORA INSULAR



60 anos de telejornalismo no Brasil, de Alfredo Vizeu, Flávio Porcello, Iluska Coutinho (orgs.). Insular. Vários pesquisadores relatam a evolução histórica, os gêneros, influência cultural, modelo comercial, público, a formação profissional, ação política e o poder

HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO

8

História da imprensa no Brasil, de Ana Luiz Martins e Tania Regina de Luca. Contexto. Os primórdios na imprensa do Império e da República, a era das revistas, a imprensa alternativa, os grandes conglomerados de mídia

História do jornalismo no Brasil, de Ricard Romancini e Claudia Lago. Insular. O surgimento da imprensa no Brasil, as revistas e jornais pioneiros, a formação da grande imprensa, o desenvolvimento das emissoras de rádio e de TV

9

RELAÇÕES PÚBLICAS

Relações públicas estratégicas, de Luiz Alberto de Farias (org.). Summus. O cenário das relações públicas (história, planejamento, princípios, públicos) e mix da comunicação organizacional (relações com a mídia, crises, eventos, governança, comunicação interna e digital).

Relações públicas, de James Grunig, Maria Aparecida Ferrari e Fábio França. Difusão. Apresenta conteúdo contemporâneo dos conceitos de relações públicas globais e sobre os relacionamentos das organizações com seus públicos

Relações públicas, de Margarida Maria K. Kunsch (org.). Saraiva. Vários autores que abordam como utilizar adequadamente as relações públicas em benefício das organizações e da sociedade



Estilo das cinco principais bancas

O estilo e o conteúdo variam um pouco de uma banca para outra. Para não ficar perdido, é recomendável que o candidato se aprofunde fazendo simulados da banca examinadora do concurso pretendido.

A nossa pesquisa mostra a predominância do Cebraspe (18%), FGV (10%), Vunesp (9%), FCC (7%) e Fepese (6%), que abocanharam 52% dos concursos em comunicação no período.

1

CEBRASPE
Universidade de Brasília, UnB

Segue o método Cespe de avaliação. Uma das bancas mais temidas, porque aplica provas consideradas difíceis e bem elaboradas. A maioria das questões é de “certo” ou “errado” e adota a fórmula de correção que penaliza os erros com a respectivas anulações de questões acertadas

2

FGV
Fundação Getúlio Vargas

Banca imprevisível, não adota um padrão, em geral segue as exigências da instituição contratante. No entanto, seus enunciados são longos e objetivos, cheios de metáforas. Os temas se repetem de um concurso para outro. Cobra exatamente a bibliografia indicada, precavendo-se de recursos. Seu padrão é de múltipla escolha, com cinco alternativas

3

VUNESP
Universidade Estadual Paulista

Sua fama é aplicar provas fáceis, com questões mais acessíveis. Sem exceção, seus exames são de múltipla escolha de cinco alternativas. Por sua especialidade em vestibulares, são recorrentes as questões de conhecimentos básicos (Língua Portuguesa, Matemática, atualidades e informática)

4

QUADRIX
Instituto Quadrix

Assemelha muito com ao Cebraspe (Cespe) no estilo, mas com menor exigência. A maioria das provas segue o modelo de “certo” ou “errado”; embora que, em alguns concursos, adote prova objetiva de múltipla escolha. Cobra literalidade nas respostas. As provas costumam ser longas. O conteúdo programático repete-se de um concurso para outro.

5

FCC
Fundação Carlos Chagas

Era conhecida como a “fundação do copia e cola”, mas abandonou esse modelo por um novo padrão que se assemelha às outras bancas, em que se avaliam as habilidades e competências dos candidatos. Há uma cobrança maior do domínio de conhecimentos específicos e a capacidade de indicar suas aplicações.

Análise de conteúdo de 220 concursos

A seguir uma minuciosa análise do conteúdo de quase 11 mil questões, das quais 59% de conhecimento específico em comunicação, 19% de Língua Portuguesa, 9% de legislação, 4,5% de informática, 5% de raciocínio lógico e 3,5% de outros temas (atualidades, conhecimento geral, Inglês, Espanhol etc.). O estudo engloba 44 bancas examinadoras, sendo 52% dos concursos distribuídos entre o Cespe/Cebraspe (18%), FGV (10%), FCC (9%), Vunesp (8%) e Fepese (7%). Do total desses concursos, 45,4% são da esfera federal, 33,6% estadual e 21% municipal. A maioria, 51%, é do poder Executivo, 22% do Judiciário, 19% do Legislativo e 8% de autarquias (conselhos federais e estaduais, agências reguladoras etc.).

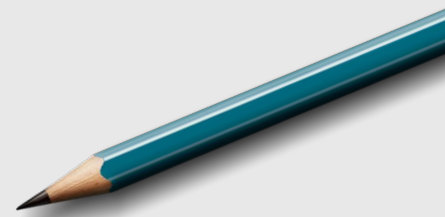
No período de 2018 a 2024 foram realizados mais de 290 concursos de Comunicação Social, uma média de 40 editais por ano.

Destes, a nossa pesquisa selecionou 220, considerando as principais bancas e a remuneração superior a três salários mínimos. Houve uma queda do número de concursos a partir 2018, por conta da crise político-econômica e da Covid.

A maioria dos concursos públicos de nível superior na área da comunicação social busca formados em jornalismo (94,6%) e poucos em relações públicas (4,6%), publicidade e ocupações correlacionadas (0,8%). Há uma preferência pelo jornalista pelo seu domínio de técnicas e práticas jornalísticas aplicadas à assessoria de imprensa e redes sociais digitais.

Cerca de 59% das questões dos concursos de Comunicação Social são de conhecimento específico, a maioria com peso 2. Nesse quesito o maior número de perguntas está relacionado comunicação organizacional (23,6%), seguido por jornalismo (12,5%), comunicação digital (10,7%), assessoria de imprensa (6,8%), editoração e produção gráfica (6,5%) relações públicas (6%) e teorias da comunicação (4,1%). Os demais temas: relações com a mídia (3,4%), publicidade e propaganda (3,4%), marketing (3,3%), redação jornalística (3,3%), telejornalismo (2,8%), legislação da comunicação (1,9%), ética (1,7%), webjornalismo (1,5%), teorias do jornalismo (1,4%), comunicação interna (1,3%), publicações (1,3%), história da comunicação (1,1%), gestão de crises (1%), jornalismo impresso (1%), radiojornalismo (1%) e fotojornalismo (0,4%).

Conhecimento específico



Comunicação organizacional

Os temas recorrentes são: comunicação organizacional (24,8%) comunicação integrada (13,3%) planejamento, plano, programa e política (9,5), comunicação estratégica (9,4%), identidade, imagem e reputação (8,4%), comunicação pública (7,8%), estrutura e funções (7%), responsabilidade social (3,3%), pesquisa de opinião (3%), governança e accountability (2,4%), comunicação dirigida (2,2%), mensuração de resultado (2%), cultura organizacional (1,6%) e outros temas (5,3%)

Comunicação interna

A maior parte das perguntas é sobre a estrutura da comunicação interna (26%). Em segundo lugar, jornal interno (*house organ*) e outras publicações (18%). O *endomarketing* é tema de 14,5% das questões, além de intranet (11%), outros instrumentos (9,7%), produtos e serviços (6,5%); jornal mural, “rádio corredor” e planejamento, 3% cada; pesquisa de clima e vídeo de integração, em 1,5% cada.

Assessoria de imprensa

O principal tema das questões é o papel e as funções da assessoria de imprensa (22%), seguido por *clipping* (20%), produtos e serviços (13%), conceitos (11%), relações com os assessorados (8%), gestão e estratégias (5%), história (3%), *publieditorial* (2,5%) características (2%), redação de artigo (1,5%) além de planejamento, estrutura, mensuração de resultado e *position paper*, estes com 1,4% cada.

Relações com a mídia

O release lidera com 30% das questões. Em torno de 10% dos enunciados são de mídia *training*. Cerca de 8% tratam das relações com os jornalistas e *mailing*. Entrevistas coletiva e individual, *press kit*, *follow-up* e *press-day* aparecem com cerca de 5% cada. As demais perguntas, 19%, versam sobre sugestões de pauta, sala de imprensa, nota oficial e outros instrumentos.

Comunicação digital

Cerca de 32% das perguntas abordam as redes sociais digitais (blog, YouTube, Facebook, Twitter, Instagram). Outros assuntos cobrados: internet (16%), tecnologia de informação e da comunicação (14,7%), comunicação on-line (10,8%), convergência e cibercultura (8,7%), sites e portais (7%), interação e interatividade (4,9%), podcast (1,7%), inteligência artificial (1,4%) e diversos outros (9%).

Publicações organizacionais

O principal tópico são os formatos de publicações (jornal, revista, *house organ*, boletim, *newsletter*), em torno de 26% das questões. Planejamento (10%), conselho editorial (6%), linguagem (5%) histórico (3%) e outra metade trata de pontos diversos, principalmente relacionados às etapas de produção (pauta, apuração, redação).

Design e produção gráfica

Predominam as questões sobre os tipos de impressão (16%), projeto gráfico (15%), tipologia (14%), diagramação (12%), fotografia (12%), cores (10%), preparação para a impressão (10%), softwares de editoração (10%) e o restante (17%) versam sobre acabamento, infográfico, tratamento de imagens, *grid*, *backup* etc.

Gestão de crises

As principais perguntas discorrem sobre os tipos de crises (30%), conceitos (20%), gestão, planejamento e prevenção às crises (18%), ações da assessoria de comunicação (15%), os impactos da mídia tradicionais (jornal, rádio, TV) e das redes sociais nas crises (10%), entre outras (7%).

Relações públicas

Prevalecem as questões sobre aspectos e conceitos das relações públicas (21,3), públicos (18,2%), opinião pública (16,1) eventos (14,5%), cerimonial (11,4%) e protocolo (9,7%). Os demais temas são variados: Profissional de relações públicas (7,8%), lobby (1%) etc.

Marketing e publicidade

Destacam-se o marketing digital (15,5%), estratégias (11,4%), marca (5,5%), promoção (5,2%), marketing de relacionamento (2,5%), composto de marketing (2,4%), marketing cultural e esportivo (2%) e pesquisa de mercado (1,8%). Em publicidade sobressaem: criação e direção de arte (12%), plano de mídia (8,9%), agência de publicidade (6,4%), atendimento e briefing (5,1%), campanha (4%) e outros (16,6%)



Jornalismo	Telejornalismo	Radiojornalismo	Jornalismo impresso	Webjornalismo
Os principais temas são notícia e nota (30,1%), gêneros jornalísticos (12,1%), fontes (6,5%), apuração (6,4%), procedimentos jornalísticos (6,2%), reportagem (5,1%), edição (5%), jornalismo especializado (5%), pauta (2,1%), meios de comunicação (2,1%) e outros (19,8%).	Destacam as seguintes questões: tipos e perfis de emissoras (15%), sistema de TV digital (12%), linguagem (12%), etapas de produção (10%), edição (10%), apresentação de noticiário (10%), reportagem e entrevista (9%) e outros temas (22%): <i>script</i> , câmara e planos, nota, <i>flash</i> , sonora, cabeça, âncora, <i>background</i> , barra de cores, chamada, escalada, lauda etc.	A maioria (35%) das perguntas trata dos tipos de emissoras (comercial, educativa, comunitária) e frequência (AM, FM). Também abordam questões como: características (12%) e recursos do rádio (12%), linguagem (11%), narrativa (11%) e outros (19%): programas pioneiros (<i>A Voz do Brasil</i> , <i>Repórter Esso</i>), <i>all news</i> , âncora, concessão, <i>dial</i> , espelho, onda, <i>podcast</i> etc.	A maior parte das perguntas é sobre as características dos jornais (25%), tipos de revistas (20%), a importância do texto e fotos (15%) e outras (40%): manchete, título, editorial, editorias, capa, formatos, leitores, jargões.	Os temas são bem pulverizados: características (15%), ambiente digital (15%), a interação do público (15%), mobilidade dos conteúdos (15%), convergência digital (15%), multimídia (10%), jornalismo colaborativo digital (5%), agregadores (5%) e outros (5%)

Redação

Este tópico divide-se em três pontos: o texto jornalístico, 60% (título, lide, sublide, corpo do texto), a redação, 30% (normas, coesão, coerência), além de ortografia e estilo de redação (10%). A gramática e interpretação de texto são tratados no item Língua Portuguesa.

Fotografia

São raras as perguntas sobre fotografia, a maioria voltadas para o fotojornalismo: linguagem fotográfica (20%), resolução e cores (25%), características da fotografia digital (25%), tipos de lentes (10%) e outros aspectos (20%)

Ética

Cerca de 70% das perguntas remetem ao Código de Ética do Jornalista Brasileiro da Fenaj, principalmente quanto à cláusula de consciência, direito à informação, conduta e responsabilidade profissional do jornalista. São poucas as questões sobre as boas práticas na comunicação (15%), governança (5%) e outras (10%).

Teorias da comunicação

As questões dividem-se em: a) Teorias (45%): indústria cultural, estudos culturais, comunicação de massa, hipodérmica, o meio e a mensagem, dois níveis, opinião pública, ação comunicativa e outras. b) Escolas (30%): Frankfurt, Palo Alto, Chicago, Toronto, Birmingham etc. c) Teóricos (25%): McLuhan, Adorno, Benjamin, Horkheimer, Lazarsfeld, Hall, Habermas e outros.

Teorias do jornalismo

São recorrentes as teorias do *gatekeeping* (15%), *agenda setting* (15%), *newsmaking* (12%), teoria organizacional (10%), espiral do silêncio (10%), teoria do espelho (10%), valor-notícia (8%), definidores e promotores das notícias (5%) e outras (15%).

© 2025 ISCOM

Todos os direitos reservados:
Instituto Superior de Comunicação – ISCOM
Rua Prof. João Doetzer, 667-2 Curitiba, PR
(41) 4042-0442 – contato@iscom.com.br



iscom.com.br



/cursos.iscom



@iscombr



cursos.iscom



@cursos.iscom



iscombr



+55 41 4042-0442

Qualquer parte desta publicação pode ser reproduzida, desde
que citada a fonte e informado este link: iscom.com.br
Aos infratores aplicam-se as sanções da Lei nº 9.610/1998.