

DE CARA COM A MÍDIA@ II

Comunicação como caminho
para pacificar o diálogo



Francisco Viana

Editora Casa da Notícia

De Cara com a Mídia II: Comunicação como caminho para pacificar o diálogo

Livro é um convite à reflexão sobre o que mudou na comunicação. De Cara com a Mídia II é muito mais do que uma continuidade do primeiro De Cara com a Mídia. É um convite à reflexão sobre temas candentes da comunicação como por exemplo o zelo pela reputação, o impacto das mídias sociais, as novas exigências das gestões de crise, o planejamento de comunicação e como trabalham os jornalistas, além da filosofia da comunicação que defende a unidade entre palavras e ação. Também avalia o marketing político, definido como uma doença da linguagem e que se propõe mais à ficção do que a discutir a realidade. Estabelece o diálogo como uma relação dialética em que as partes juntas encontram soluções para os problemas do cotidiano das corporações e do Estado. O livro foi escrito pelo jornalista e doutor em filosofia política Francisco Viana (PUC-SP), autor de muitas obras - inclusive da trilogia formada por De Cara com a Mídia, Comunicação Empresarial de A a Z e Hermes, a Divina Arte da Comunicação. O prefácio "Onde está a utopia" é de autoria de Paulo Nassar, presidente da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje). O editor Nereu Leme faz a apresentação "Um livro para reflexão" explicando que o trabalho vem preencher uma lacuna, já que a produção de literatura no campo da comunicação é escassa. Além disso, seus textos criam um ponto de inflexão. Sugerem que o comunicador repense seu papel à luz da realidade. De Cara com a Mídia II está dividido em cinco partes. Na primeira, Ler o tempo, seguir o caminho da democracia, discute o papel do comunicador no Brasil dos dias atuais. A segunda parte, Jornais e Jornalistas, desafios e impasses da mídia, aborda a necessária multiplicidade de fontes, o lado obscuro do jornalismo e os diferentes enfoques para o mesmo assunto. A parte três, Crise, melhor prevenir do que tentar remediar, enfoca os efeitos das crises sobre a reputação e a identidade dos seus protagonistas. Na parte quatro, Media Training, o tema central é a necessidade de treinamento de porta-vozes. Por fim, na parte cinco, Dicas úteis para o cotidiano, são elencados diferentes temas que necessitam precisão e rigor ético ao serem tratados, a exemplo da chantagem das estratégias de crise, dos factoides e o uso das palavras. O arcabouço

wikilivros

teórico inclui Nicolau Maquiavel, William Shakespeare, Leonardo Bruni e Manuel Castells e o casal Armand e Michèle Mattelart. Em grandes linhas, o objetivo do livro é propor caminhos para a construção da confiança. Parte do princípio de que a comunicação precisa ser cuidadosa, pois é o oxigênio da democracia.

[Clique aqui para obter este livro](#)