



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (UERJ)



**CONCURSO PÚBLICO PARA O CARGO DE
TÉCNICO UNIVERSITÁRIO SUPERIOR – COMUNICADOR SOCIAL**

ANEXO III

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Visão geral sobre o perfil comum desejado – os profissionais concursados para atuar nas três áreas da Comunicação precisam demonstrar conhecimento geral sobre a realidade socioeconômica brasileira, boa redação, domínio da norma culta da língua portuguesa, conhecimento sobre os sentidos da Comunicação Pública aplicados ao contexto da universidade e noções sobre comunicação administrativa. Também devem ser capazes de refletir sobre a construção de sentidos a partir da informação segundo as principais teorias da Comunicação.

PROGRAMA COMUM ÀS TRÊS ÁREAS

Teorias da comunicação: escolas, paradigmas e modelos. Comunicação e Cultura de Massa. Os Estudos Culturais na Comunicação. Ética e legislação na Comunicação. Comunicação Pública: conceito, objetivos e aplicações. Comunicação administrativa. Opinião pública e suas implicações institucionais e políticas. Comunicação institucional: propósitos e ferramentas. Comunicação e ciência: produção de conhecimento e a divulgação científica. Comunicação digital e os desafios da informação na contemporaneidade. O fenômeno das *fake news*.

CONHECIMENTO ESPECÍFICO – JORNALISTA

Técnicas de redação jornalística. Técnicas de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística. Conceitos de notícia, pauta e apuração. Gêneros jornalísticos. Técnicas de produção e edição para produtos jornalísticos impressos, radiofônicos e audiovisuais. Jornalismo em plataformas digitais: planejamento, produção, instrumentos e estratégias de divulgação. Domínio instrumental voltado à fotografia e edição de imagem. Comunicação interna: conceito, objetivos, planejamento e ferramentas. Assessoria de imprensa: atividade, planejamento, ferramentas e avaliação. Mídia training. Métricas de avaliação – em mídias sociais, assessoria de imprensa e comunicação interna.

CONHECIMENTO ESPECÍFICO – PUBLICITÁRIO

Teorias da Publicidade. Planejamento de mídia. Conceito de criação. Processo criativo. Posicionamento na propaganda. Planejamento de Marketing. Conceito de marca. Gerenciamento de marca. Técnicas de produção de campanhas de propaganda e peças publicitárias. Estratégias de divulgação na comunicação digital. Organização de eventos: planejamento e avaliação. Comunicação visual para criação publicitária: domínio instrumental. Técnicas de redação publicitária. Teoria e técnicas na direção de arte. Linguagens artísticas aplicadas à criação. Métricas de avaliação – na publicidade digital.

CONHECIMENTO ESPECÍFICO – RELAÇÕES PÚBLICAS

Públicos: estudo e segmentação. Comunicação Institucional: conceito e aplicações. Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada. Conceito de comunicação integrada. Identidade organizacional, imagem e reputação. Comunicação interna: conceito, objetivos, planejamento e ferramentas. Políticas de comunicação nas organizações. Pesquisa de opinião pública: métodos, ferramentas e aplicações. Clima organizacional. Cultura organizacional: estudo e aplicações. Gerenciamento de crises: técnicas e ferramentas. Organização de eventos: planejamento e avaliação. Cerimonial e Protocolo. Assessoria de Imprensa: atividade, planejamento, ferramentas e avaliação. Gestão de conteúdo em mídias sociais. Métricas de avaliação – em mídias sociais, assessoria de imprensa e comunicação interna.

LÍNGUA PORTUGUESA

Tipologias: descrição; narração; argumentação; injunção

Gêneros: composição típica; suportes; função social

Unidade e diversidade da língua portuguesa: registros de uso na oralidade e na escrita; graus de formalidade; norma-padrão

Polifonia e intertextualidade: reformulação, paráfrase, paródia, alusão, citação; diálogo, discurso relatado; estratégias de neutralidade; marcas de opinião; inferência, pressuposição e subentendido; metalinguagem

Métodos de argumentação: indução e dedução; dialética

Formas de articulação de ideias: fato, opinião; causalidade; conclusão; comparação; exemplificação; enumeração; generalização, particularização; gradação, ênfase; contra-argumentação

Sintaxe do período: processos de coordenação e de subordinação

Coesão textual: anáfora, catáfora; retificação; substituição; elipse; repetição; redundância; uso de conectores

Coerência textual: progressão temática; informação dada e informação nova; informação principal e informação secundária

O significado lexical e suas relações: sinonímia, antonímia, ambiguidade, polissemia; hiperonímia, hiponímia; denotação, conotação; metáfora, metonímia, personificação, hipérbole, antítese, eufemismo, ironia

Formação de palavras: estrutura, derivação e composição

Usos do verbo: tempo, modo, aspecto, voz; formas afirmativa, interrogativa e negativa

Elementos não verbais: relação entre o verbal e o não verbal; imagens; recursos gráficos e tipográficos; sentidos da pontuação

REDAÇÃO

Orientação geral

O foco da redação é a apresentação de gênero típico da especialidade escolhida – Jornalismo, Publicidade ou Relações Públicas -, seguido de análise e defesa do material apresentado, levando em conta o tema proposto. Para tal, o candidato deve redigir uma dissertação, de tipo expositivo-argumentativo. Na Redação, serão avaliados os seguintes aspectos: a habilidade de selecionar gênero da especialidade que atenda ao tema; a capacidade de descrever, de forma sintética e precisa, o material selecionado; o domínio do gênero dissertação de configuração expositiva-argumentativa; a análise empreendida; a construção da argumentação; e o emprego de formas e estruturas linguísticas de acordo com a normapadrão. A prova de Redação dá prioridade à capacidade de argumentação do candidato, entendendo-a como um importante requisito de sua vida profissional e pessoal, quer pela articulação de informações e ideias, quer pelo desempenho no emprego de recursos expositivos e persuasivos da linguagem.