

BIBLIOGRAFIA DE GERENCIAMENTO DE CRISES E COMUNICAÇÃO

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

1. ANTHONISSEN, Peter F. *Crisis Communication. Practical PR strategies for reputation management and company survival*. London and Philadelphia, Kogan Page, 2008.
2. AUGUSTINE, Norman R. *Como lidar com as crises – Os segredos para prevenir e solucionar situações críticas*. Rio de Janeiro, Elsevier, 2009.
3. DUARTE, Jorge. *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia*. Teoria e Técnica. São Paulo: Atlas, 2002.
4. FORNI, J. J. *A Síndrome do 11 de setembro*. In Revista Universitas Uniceub, Brasília:Uniceub, 2004.
5. FORNI, J.J. *Comunicação em tempos de crise*. Entrevista à revista *Organicom* – Revista Brasileira de comunicação Organizacional e Relações semestre de 2007. São Paulo: ECA/USP, 2007. Pgs. 196 a 211.
6. LOPES, Marilene. *Quem tem medo de ser notícia?* São Paulo: Makron Books, 2000.
7. LUCAS, Luciane. (Org.) *Media Training. Como agregar valor ao negócio melhorando a relação com a imprensa*. São Paulo: Summus Editorial, 2007.
8. NEVES, Roberto de Castro. *Crises Empresariais com a opinião pública*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
9. SUSSKIND, Lawrence & Field, Patrick. *Em crise com a opinião pública*. São Paulo: Futura, 1997.
10. THOMPSON, J.B. *O escândalo político – poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Vozes, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

1. ANTHONISSEN, Peter (org). *Crisis Communication – Practical PR strategies for reputation management and company survival*. London and Philadelphia: Kogan Page, 2008.
2. BARBEIRO, Heródoto. *Mídia Training. Como usar a imprensa a seu favor*. São Paulo: Saraiva, 2008.
3. BARTON, Laurence. *Crisis in organizations: managing and communicating in the heat of chaos*. EUA, South-western Publishing, 1993.
4. BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa*. São Paulo, Editora Manole, 2003.
5. BUCCI, Eugênio. *Sobre Ética e Imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
6. CAPONIGRO, Jeffrey R. *The crisis conselour*. Chicago: Contemporary Books, 2000.

7. CHAMP, Jr. Afonso e Barbosa, Djalma Gonçalves. *Diário de uma crise. Lições do caso Parmalat*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.
8. CHAPARRO, M.C. *Jornalismo na fonte*. In *Jornalismo brasileiro: no caminho das transformações*. (Org. Dines A; Malin M.) Brasília: Banco do Brasil, 1996.
9. COHEN, Jeff e SOLOMON, Norman. *Through the media looking glass. Decoding bias and blather in the news*. EUA, Common Courage Press, 1995.
10. CONTI, Mário Sérgio. *Notícias do Planalto*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
11. CORRADO, Frank M. *A Força da Comunicação*. São Paulo: Makron Books, 1994.
12. COSTA, Caio Túlio. *Novas Tecnologias, velhos Dilemas*. In *Jornalismo brasileiro: no caminho das transformações*. (Org. Dines A.; Malin M.) Brasília, Banco do Brasil, 1996.
13. *Crisis Management. Master the skills to prevent disasters*. Boston: Harvard Business School Press, 2004.
14. DIAS, Vera. *Como virar notícia e não se arrepender no dia seguinte*. Rio de Janeiro, Editora Objetiva, 1994.
15. DAMANTE, Nara. *No olho do furacão*. Comunicação Empresarial. São Paulo: Aberje, nº 40,. P. 18, abr/jun. 2001.
16. DOTY, Dorothy I. *Divulgação Jornalística&Relações Públicas*. São Paulo: Cultura, 1999.
17. FALLOWS, James. *Detonando a notícia. Como a mídia corrói a democracia americana*. Rio, Civilização Brasileira, 1997.
18. FINK, Steven. *Crisis Management. Planning for the inevitable*. Lincoln (EUA): Na authors guild Backinprint.com Edition, 2002.
19. FIGUEIREDO, Ney. *Diálogos com o poder. Políticos, empresários e mídia: verdades e mentiras*. São Paulo: Editora de Cultura, 2004.
20. FONSECA, Homero. *Viagem ao Planeta dos boatos*. Rio de Janeiro, Record, 1996.
21. FOMBRUN, Charles J. *Reputation*. Boston: Harvard Business School Press, 1996.
22. GRIESE, Noel L. *How to manage organizational communication during crisis*. Atlanta: Anvil Publishers, Ind. 2002.
23. KAPFERER, Jean Noel. *Boatos – o mais antigo mídia do mundo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.
24. *Leading through a crisis*. Boston: Harvard Business Press, 2009.
25. LIMA, Venício A. de. *Mídia – Crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.
26. MAFEI, Maristela. *Assessoria de Imprensa – como se relacionar com a mídia*. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2007.
27. MAMOU, Yves. *“A culpa é da Imprensa”*. São Paulo: Marco Zero, 1992.
28. *Managing Crises*. Boston: Harvard Business School Press, 2008.

29. MARCONI, Joe. *Marketing em época de crise: quando as coisas ruins acontecem a boas empresas*. São Paulo, Makron Books, 1993.
30. MITROFF, Ian, I. *Managing Crises before they happen*. New York: Amacom, 2000.
31. MORAIS, Fernando. *Chatô – O Rei do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
32. NEVES, Maria Luiza. *Comunicação de Crise. A atuação da assessoria de imprensa da Varig e a sua imagem na cobertura da Folha de S. Paulo*. Monografia apresentada ao Curso de Comunicação da Umesp. S. Bernardo do Campo, 2005.
33. NOGUEIRA, Nemércio. *Media Training*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
34. OGRIZEK, Michel e GUILLERY, Jean-Michel. *A theoretical and practical guide to crisis management*. New York: Aldine de Gruyter, 1999.
35. RIES, Al & RIES, Laura. *The fall of advertising & the rise of PR*. New York: Harper Business, 2002.
36. RIBEIRO, Alex. *Os abusos da imprensa*. São Paulo: Editora Ática, 2000.
37. ROCHA, Marco Antonio. *Imprensa e empresas em busca do lead*. In *Jornalismo Brasileiro: no caminho das transformações*. (Org. Dines, A; Malin M.) Brasília: Banco do Brasil, 1996.
38. ROSA, Mário. *A era do Escândalo*. São Paulo: Geração Editorial, 2003.
39. ROSA, Mário. *A Reputação na velocidade do pensamento*. São Paulo: Geração Editorial, 2006.
40. ROSA, Mário. *A síndrome de Aquiles – Como lidar com as crises de imagem*. São Paulo: Editora Gente, 2001.
41. SOUZA, Jorge Pedro. *As notícias e seus efeitos*. Coimbra: Minerva, 2000.
42. VIANA, Francisco. *De cara com a Mídia*. São Paulo: Negócio Editora, 2001.
43. VILLELA, Regina. *Quem tem medo da imprensa?* Rio de Janeiro: Campus, 1998.

OUTRAS FONTES

1. HSM MANAGEMENT. *Um plano de comunicação eficaz*. São Paulo: Savana, nº 45, julho-agosto 2004.
2. Revista *Organicom* – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas – Ano 4 – nº 6 – 1º semestre de 2007. São Paulo: ECA/USP, 2007.
3. <http://www.comunicacaoecrise.com>
4. <http://www.jforni.jor.br>
5. <http://www.bernsteincrisismanagement.com/>
6. <http://www.crisisexperts.com/>