

Agência Facos

Centro de Ciências Exatas, Artes e Humanidades - UniSantos

ANO 40 - Outubro de 2012 - Nº. 19

**ES
PE
CI
AL**

**Semana de
Comunicação
2012**



COMUNICAÇÃO EM ALTA. QUE MERCADO É ESSE?

Música e homenagem abrem a Semana de Comunicação

Aliana Brito

A Semana de Comunicação 2012 da Universidade Católica de Santos teve seu início oficial no dia 22 de outubro, com o tema "Comunicação em alta. Que mercado é este?", com uma cerimônia simples e animada. Organizado pelos cursos de Comunicação Social, a intenção do evento é proporcionar uma discussão aprofundada do mercado de trabalho na área da Comunicação Social, abrangendo suas habilitações em Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. Na abertura, uma apresentação musical feita pelos alunos, com um repertório de MPB, ajudou a criar um clima de descontração entre os alunos, professores e convidados.

Segundo o coordenador do Curso de Jornalismo, Paulo Bornsen, o evento é uma complementação na formação dos alunos e proporciona a ligação entre o que acontece na academia e no mercado de trabalho. Bornsen compôs a mesa de apresentação, juntamente com o diretor do Centro de Exatas, Artes e Humanidades, Fábio Cardoso Maimone, a coordenadora do curso de Relações Públicas, Aline Saboya e o coordenador do curso de Publicidade e Propaganda, Wanderley Camargo. Todos muito aplaudidos pelos alunos.

Na sequência, foi feita uma homenagem ao professor João Batista de Macedo Mendes Neto, pelo Diretório Acadêmico de Comunicação Social (DACS). O professor foi muito aplaudido e recebeu, como lem-

brança, uma caricatura. Segundo a vice presidente do DACS, Caroline dos Santos Ferreira, a ideia era homenagear um professor e a escolha se deu pelo fato de Batista nomear o Diretório e dar aula nas três habilitações dos cursos de Comunicação Social. "Queríamos ressaltar a história do curso e o professor representa muito bem essa história por sua trajetória na UniSantos. Ele já deu aulas para os convidados palestrantes e para alguns outros professores da faculdade".

No Prédio dos Laboratórios, foi organizada uma exposição com trabalhos dos alunos contando com fotografia, desenho, pintura, texto e poesia, pelo DACS, além de trabalhos desenvolvidos pelos alunos em aula na disciplina de Laboratório de Jornalismo Impresso.

Organização das atividades reúne funcionários e alunos

Verônica Angelo

A participação de alunos das três habilitações na organização da Semana de Comunicação deste ano contribuiu para a vivência e a prática de trabalho em equipe, além de possibilitar a superação de problemas individuais. Os estudantes que assumiram a responsabilidade mostraram dedicação e se confessaram satisfeitos com a experiência. E garantem que foi um desafio.

A aluna do 4º semestre de Jornalismo, Beatriz Pereira Macia, de 20 anos, disse que gostou de ter participado pois aprendeu muitas coisas. Ela organizou as palestras do seu curso, recebeu os convidados, arrumou o auditório, e entrou em contato com os convidados para

saber do que eles precisariam. Como é tímida, afirmou ter tido um pouco de dificuldade em relação à comunicação. Em relação aos professores, comentou que alguns ajudam, mas tem uns que acabam atrapalhando, mas a maioria esteve sempre por perto dando assistência.

Já a aluna do curso de Relações Públicas, Viviane Araujo Hipólito, de 19 contou que seu maior desafio foi a correria no primeiro dia, pois não estava acostumada e nem tinha tido experiências anteriores, mas que gostou muito do trabalho em equipe. Ela organizou a sala VIP, auditório e auxiliou a Agência de Relações Públicas, na qual faz estágio. Durante o evento, de 22 a 26 de outubro, a aluna chegava às 14 horas na Universidade e só saía após terminar

a palestra e arrumar tudo. "Achei interessante acompanhar o evento, os bastidores e o envolvimento dos três cursos", comenta Viviane.

A auxiliar de Comunicação da Unisantos, Anali Ribeiro Paixão, de 26 anos, participou de todo o processo de organização antes e durante o evento, além de coordenar os alunos para o bom andamento da semana. "Os alunos estão gostando e pude contar bastante com eles, toda ajuda que eu precisei, eu tive", diz Anali. A parte mais difícil foi alinhar a vontade dos alunos e professores para chegar em um consenso, pois às vezes as opiniões conflitavam, mas com jeitinho, ela afirmou que conseguiu fazer com que desse tudo certo. Formada em RP desde 2007, a funcionária ajuda na organização de eventos da Universidade.

Mesa-redonda destaca a convergência e a importância das novas tecnologias

Bruno Sabbato

Após a cerimônia de abertura da VII Jornada de Comunicação da UniSantos, a programação temática começou com uma mesa-redonda sobre "Comunicação em alta: que mercado é esse?", reunindo especialistas das três habilitações. A atividade contou com a presença de dois ex-alunos, Flávia Ribeiro, jornalista formada em 2004, e o publicitário Fábio Nocetti, diretor de mídia da agência Z+, formado em 1994. O terceiro participante foi o relações públicas Rodrigo Cogo, que atua na Aberje e no instituto Ideiafix Estudos Institucionais. A coordenação ficou a cargo do professor João Batista. Os profissionais mostraram um pouco do trabalho, as possibilidades e desafios atuais para as áreas da comunicação, que tendem a convergir cada vez mais.

Formada há menos de dez anos, a jornalista Flávia Ribeiro começou

estagiando na TV Santa Cecília depois foi para a TV Tribuna e, após formada, passou pela Rede Globo, produzindo o programa Ação, do apresentador Serginho Groisman e atuando no canal por assinatura Globo News. Em 2007, ingressou na Record, fazendo parte da equipe de jornalismo da Baixada Santista. Apresentou e participou de vários programas da emissora, entre eles o Jornal da Record, Hora News, Repórter Record e Hoje em Dia. No momento, atua na internet, no Terra TV, um serviço de programas ao vivo do portal Terra. Este ano, teve a oportunidade de cobrir os Jogos Olímpicos em Londres. Flávia destacou a importância do estágio, pois é uma das melhores formas de conhecer realmente a profissão, e de fato, se inserir no mercado.

O publicitário da Z+, Fábio Nocetti, também contou um pouco de sua trajetória e apresentou cases de

campanhas realizadas pela agência. Destacou a da Hyundai que, graças ao poder da comunicação, passou do status de marca rejeitada a líder de vendas no Brasil. Nocetti considera as mídias e redes sociais essenciais para o sucesso das campanhas. Assim como Flávia Ribeiro, o publicitário considera o estágio como de suma importância, também para a publicidade e propaganda.

Para finalizar o encontro, Rodrigo Cogo sintetizou o tema do encontro com uma apresentação de slides e vídeos, mostrando o hibridismo atual entre as três habilitações. Um dos exemplos mostrados foi o case da ONG Cão sem dono, uma instalação onde uma lixeira escrito "Cão" emitia o som de um gado, despertando a curiosidade de muitos. Ao abrir a tampa da lixeira, a pessoa encontrava um texto relatando o problema, e no interior, várias fotos dos animais resgatados, contendo informações para a adoção dos cães.

Fábio Nocetti valoriza integração entre as áreas

João Paulo Figueiredo

Gerente de mídia da Z+ Comunicação, o publicitário Fábio Reis Nocetti acredita que, quando o profissional não fica focado somente em sua especialização, mas vai para o mercado de trabalho aberto a novas possibilidades, integrando-se em outras áreas da comunicação, o resultado é fantástico. Para ele, isso tem acontecido muito nos últimos tempos - principalmente por causa do surgimento das mídias digitais - e esse é um dos principais motivos que fazem a comunicação estar em alta.

Questionado sobre o tema da Semana de Comunicação, o publicitário voltou no tempo para destacar as principais mudanças. "Logo que eu me formei, não existia televisão

em Santos. A gente tinha que trabalhar com jornal ou rádio. Hoje em dia, as pessoas estão conectadas o tempo todo. Pelo celular, pelo computador, assistindo TV. Temos muito mais opções para vender os nossos produtos. Não temos um veículo principal. O objetivo é vender. Através de estudos baseados no que o cliente quer, escolhemos o meio de comunicação mais apropriado".

Aos que ainda não se formaram, Fábio afirmou que o estágio é um dos únicos caminhos para se crescer na profissão. "Você não pode esperar que vai cair do céu. Tem que correr atrás, se esforçar, dar o seu máximo. Existem poucas vagas para muitos profissionais e o tempo de estágio quando você ainda está na faculdade pesa muito no currículo".

Fábio também destacou que, para entrar no mercado de trabalho, o estudante tem que estar aberto às novidades, ter ideias próprias e, principalmente, ser fluente em mais de uma língua. Fez questão de destacar a importância do aprendizado de outros idiomas, pois muitas empresas estrangeiras estão investindo no Brasil e, segundo ele, esse é um dos primeiros itens que as empresas procuram ao checar o currículo de um candidato ao cargo de publicitário.

Animado com o evento, o publicitário também destacou a importância da relação entre os cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. Para ele, hoje o desafio é muito maior, pois os profissionais das três áreas têm que saber trabalhar juntos.

Flavia Ribeiro volta à Unisantos e compartilha experiência profissional

Deborah Regina Figueiredo

Espontânea e carismática, a jornalista Flávia Ribeiro voltou à instituição em que se formou há oito anos, a Católica Unisantos, para participar da abertura da Semana de Comunicação. "Mostrar tudo que eu aprendi na universidade, conquistei no mercado de trabalho e passar um pouco dessa experiência hoje, é gratificante de mais", disse a jornalista.

Ela conta que para a carreira, o fundamental na universidade foram as aulas de telejornalismo e as disciplinas laboratoriais. Flavia que também passou pelo Agência Facos, lembrou desta época como o período em que "tinha que ir pro morro". Apesar das dificuldades que os alunos venham a enfrentar nos veículos laboratoriais, Flávia explica o porquê de serem importantes: "Essa integração que você tem, essa oportunidade de ir pro morro, conhecer a realidade de outras pessoas é o jornalismo realidade mesmo, é o jornalismo que você vive

numa redação". Além disso, para ela, o estágio é fundamental para o ingresso no restrito mercado de trabalho do jornalismo. "É muito difícil mesmo, num vou mentir não. É preciso ter força de vontade, estar atualizado, fazer um bom trabalho, mas principalmente pra conseguir um lugar no mercado de trabalho é necessário fazer estágio. Sem ele as coisas são muito difíceis."

Sobre as discussões se a velocidade da informação que a tecnologia proporciona, atrapalha ou desvaloriza o trabalho jornalístico, Flavia não vê como um problema, mas como uma tendência do mercado. Não deixa de ser uma dificuldade, pois o tempo curto muitas vezes não permite uma melhor apuração dos fatos, mas ao mesmo tempo ela acredita que a velocidade "dá um gostinho especial pro telespectador, porque ele fica esperando as cenas dos próximos capítulos, qual o desdobramento da história. É um novo jornalismo", declara a jornalista.

Atuando na televisão desde o primeiro estágio, Flávia Ribeiro

passou por grandes emissoras como a Rede Globo e Record. Atualmente, está na Terra TV, um canal de televisão dentro do web site terra.com.br. E esta é uma novidade que ela acredita ser uma grande tendência também, pois hoje se torna possível as pessoas acessarem a televisão pelo computador, tablet ou celular de onde estiverem. E a programação é a mesma da televisão. Contudo, para Flávia, uma televisão dentro de um web site não aparece como um rival das emissoras, pois, apesar de andarem juntos, são dois produtos distintos que não concorrem entre si.

Então, Flávia Ribeiro, que mercado é esse da comunicação? Ela pensa um pouco e responde: "É um mercado saturado, cada vez mais pessoas querendo atuar no jornalismo, muitas delas com uma ideia equivocada da nossa profissão e com muita novidade acontecendo por causa da tecnologia. Eu acho que é um mercado novo que está surgindo aí e que vocês, que estão se formando agora, vão conhecer", conclui.

Rodrigo Cogo comenta a importância da integração de práticas

Estefany Barreto

Convidado para a palestra de abertura da Semana de Comunicação da Universidade Católica de Santos (UniSantos), Rodrigo Cogo, que é formado em Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria no Rio Grande Sul, falou do seu site e da importância da comunicação integrada.

Um dos projetos do consultor, o Portal Mundo RP, que tinha o intuito de divulgar a profissão e que pôde ser acessado durante 15 anos, foi desativado no início de outubro, conforme disse o trabalho exercido no portal, também estava sendo feito pelas redes sociais. A partir daí optou-se pela retirada do

site do ar, por outro lado, a média de inscrições recebidas era de 30 por mês. Além do Portal, Cogo, trabalha na área de pesquisas da Ideafix.

Questionado sobre o evento, o palestrante relatou a importância das relações dos cursos: "A semana tem um grande mérito, pois reuniu as três habilitações (Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Relações Públicas) em um mesmo espaço". O consultor disse, ainda, que os alunos devem acreditar que essa divisão entre os cursos, existe apenas na vida acadêmica e que o mercado de trabalho tem cada vez mais uma interpenetração na área de comunicação.

Apresentou, ainda, vídeos, com cases de sucesso da Comunicação,

nos quais não é possível identificar as áreas que realizou tais produções, uma vez que quaisquer deles poderiam ter sido concebidos por jornalistas, publicitários e relações públicas.

O relações públicas ressaltou a alta do mercado de trabalho e respondeu à pergunta tema da Semana de Comunicação, segundo Cogo, o mercado tem crescido muito em campo de atuação e de remuneração e o consumidor se tornou mais seletivo na hora de comprar. "As pessoas agora para escolher, vão muito além de o produto ser bom ou não, a pessoa tem que desejar e é aqui que o comunicador entra, seja por meio de assessoria, eventos ou publicidade."

Assessoria e jornalismo de celebridade animam noite de terça-feira

Raphaella Salles

Descontraído e informal são as palavras que melhor definem o painel profissional de Jornalismo, realizado na terça-feira, segunda noite da Semana de Comunicação do CCA. Mediados pela professora Tereza Cristina Tesser, os jornalistas Camila Di Cascia, Gustavo Miranda e Mônica Batista trataram o tema "Assessoria de Imprensa e jornalismo de celebridade" com muita leveza e colocaram em "pratos limpos" todos os mitos que rondam essas duas áreas de trabalho. Estudantes atentos e que interagiram do começo ao fim lotaram o auditório 310.

Editor do site da revista Caras, Gustavo Miranda iniciou a palestra lembrando sua época de estudante, o começo da carreira e de como foi trabalhar no meio das celebridades. O preconceito que existe sobre esse ambiente foi o tema principal. Miranda deixou claro que essa atitude não tem fundamento, pois é um trabalho tão sério e apurado quanto nas outras áreas, além de ser um mercado de trabalho forte e que mais movimentava dinheiro no jornalismo.

Ele comentou sobre a dificuldade da profissão e de como o mundo é movido por interesses. E concluiu que "o jornalismo pode ser sério em celebridade, saúde, ciência, política ou não", basta ser transparente e honesto com o leitor.

Também atuando nesse segmento profissional, a jornalista Camila Di Cascia disse ter ficado desiludida com o jornalismo impresso quando ainda estagiava em um jornal, o qual deixou de publicar uma matéria que poderia ser prejudicial a um anunciante. Trabalha com assessoria artística desde o tempo de faculdade e afirma adorar o que faz, mesmo agora com a administração da empresa de assessoria digital que criou, que ocupa 24 horas do seu dia, sem descanso nos finais de semana, além das viagens frequentes com seus assessorados. A jornalista explicou que a diferença de se trabalhar com celebridade é que o veículo procura a assessoria e não ao contrário como é de costume. E disse que é difícil encontrar profissionais capacitados para trabalhar nessa área, pois de modo geral, se mostram arrogantes, sem

comprometimento e não entendem o quanto os artistas giram financeiramente esse mercado.

A terceira convidada no painel, a jornalista Mônica Batista, trabalha com assessoria institucional na área da saúde. "O jornalismo não é abstrato, o jornalismo é uma indústria", disse a assessora, explicando como fazer uma boa carreira nesse segmento, que exige muito conhecimento e trabalho. Ela também desmistificou a ideia difundida no meio jornalístico de "assessor vilão e repórter mocinho". "A relação entre repórter e jornalista é de igual para igual", concluiu.

O assunto "jabá" foi abordado por todos. Gustavo explicou que a revista proíbe qualquer jornalista de receber esse tipo de presente, que pode provocar até a demissão por justa causa. Com relação à distribuição de material informativo para os jornalistas, as assessoras afirmaram que sempre montam **press kits** para as coletivas de imprensa, no caso de Camila, ou para congressos, por Mônica que comentou que "se não tiver o suficiente para todos os jornalistas, dá briga".

Cuidar de artistas é caminho difícil, diz Camila Di Cascia

Guilherme Alves

A jornalista Camila Di Cascia, formada pela UniSantos, trabalha na Microfone Digital, uma assessoria digital, que cuida de artistas de peso como a cantora Wanessa Camargo e a dupla Zezé de Camargo e Luciano. Fazer assessoria de imprensa para celebridades é uma atividade de difícil acesso, alertou a profissional.

Camila se apresentou aos alunos dizendo que decidiu seguir a carreira na assessoria de imprensa quando, durante um estágio em um jornal

santista, sua matéria não foi publicada por interesses da empresa. Ela ainda contou sobre o seu histórico profissional, destacando os artistas com quem já trabalhou, como o cantor Daniel, assessorando-o por três anos, e a cantora Wanessa Camargo, com quem trabalha atualmente. E revelou que foi após uma conversa com o empresário Marcus Buaziz, que teve a ideia de montar uma agência de comunicação digital, com assessoria de imprensa e marketing online.

Ela explicou a situação do mercado de trabalho no setor e mos-

trou preocupação com os estagiários quando entram nas assessorias. "Existe um grande problema com os alunos e isso me preocupa muito. Os estagiários chegam com uma falsa ilusão, eles já acham que vão mudar o mundo, e não vão mudar o mundo. Você pode mudar aquele setor que você tá trabalhando e só". Camila ainda disse que o mercado de trabalho para assessoria artística é fechado, pelas falta de cursos especializados nessa área e pediu comprometimento dos jovens que queiram seguir a carreira.

Como transformar a vida íntima em notícia, ensina Miranda

Rosi Elen Staudt Silva

Convidado para participar do painel profissional, o jornalista Gustavo Miranda retornou à Universidade Católica de Santos onde sua carreira começou, para revelar os bastidores do jornalismo de celebridade, uma área de trabalho cercada de desinformação e preconceito.

Miranda foi editor assistente do canal MetrÓpole/Cidades e no jornal O Estado de S. Paulo, integrou a redação do Metrô News, teve passagem pelo Grupo Glamurama e hoje é editor online no portal da maior revista do segmento do Brasil, a Caras, onde coordena uma equipe de repórteres que trabalham na cobertura de celebridades. Segundo

ele, seu trabalho tem, por objetivo, transformar o que está acontecendo na vida íntima de pessoas conhecidas na sociedade, em informação para o universo online.

Às vezes, o jornalismo de celebridade, por destacar coisas irrelevantes, acaba deseducando o leitor, mas Miranda leva em consideração a política da empresa. "Celebridades estão aí para serem vistas e o conceito editorial da Caras é mostrar o lado bom de cada um deles."

Essa modalidade jornalística tem grande público consumidor e oferece uma oportunidade de mostrar o que a celebridade pensa. "O artista passa a ter voz, a ter opinião, mostra o que é felicidade para ele, é a possibilidade

que ele tem de mostrar o outro lado do artista", completa. A revista Caras, segundo Miranda, ao tratar da vida de artistas, sempre averigua os fatos para não publicar inverdades.

Sobre o trabalho no impresso, o jornalista disse que era uma tarefa voltada para o cotidiano, onde trabalhou por sete anos cobrindo os acontecimentos da maior cidade do país, São Paulo. E afirmou que "a mudança de território foi brusca". Destacou ainda, a diferença entre o impresso e a internet, sendo que o impresso segue horários e na internet a informação é rápida, pode ter postagem de minuto em minuto, a diferença é o tema e a maneira de abordagem.

Mônica Batista: dicas para trabalhar em assessoria

Karoline Gomes

Com uma vasta experiência na profissão, a jornalista e assessora de imprensa Mônica Batista, hoje trabalhando na empresa de comunicação Ketchum, deu dicas de como firmar-se em uma assessoria, durante o painel profissional..

Mônica afirmou estar entusiasmada com a palestra, pois poderia compartilhar sua experiência com os alunos. Com a bagagem adquirida nas passagens por rádio, TV, impresso e

agora, assessoria, ela tem uma visão muito ampla da profissão. "É bom incentivar os alunos, seus interesses, muitos ainda tem uma visão muito romântica de tudo, é importante ter uma conversa mais pé no chão."

Para ela, o mercado mudou muito e a área mais disputada é a de assessoria de imprensa, mas ainda assim, o jornalista recém-formado deve primeiro passar por uma redação, é um passo fundamental em seu amadurecimento, como explicou. Para ingressar em uma assessoria, o jovem jornalista precisa

ter força de vontade e um perfil para tal função. "O assessor tem que saber como funciona a empresa, saber orientar o cliente. Quem conhece a empresa, é o assessor."

A Ketchum é uma multinacional da comunicação, a terceira do Brasil, por isso Mônica lembra também de um diferencial importante, a língua estrangeira. "Além de uma visão, um perfil corporativo e projetos diferentes, é imprescindível que o assessor tenha no mínimo um inglês básico", disse, em tom exigente.

O conhecimento que valoriza você



Ajuda a desenvolver a Inteligência Portuária



Educa para a Sustentabilidade



Capacita a região para novas oportunidades

CATÓLICA UNISANTOS
UNIVERSIDADE COM QUALIDADE

Thaís Chaves relata o funcionamento da comunicação interna

Bárbara Schahin

No segundo dia da Semana de Comunicação e Artes da Unisantos, os alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda e de Relações Públicas puderam conhecer como funciona a comunicação interna de uma empresa. A palestra foi ministrada pela analista de comunicação da Vale, Thaís Santos Chaves. O evento aconteceu na sala 214 do prédio de laboratórios do Campus Dom Idílio José Soares, das 20 às 21 horas e contou com cerca de 40 pessoas.

Ex-aluna de Relações Públicas da universidade, Thaís desenvolve e coordena campanhas da Vale para o público interno, produção e veiculação

de notícias nas mídias internase eventos estratégicos no Brasil e em Peru. Em sua apresentação, buscou generalizar e contextualizar a comunicação interna. A partir do que os alunos aprendem na sala de aula, Thaís expôs o tema de uma maneira que os universitários pudessem enxergar a teoria aplicada na profissão. O encerramento contou com a exemplificação de alguns **cases**, elaborados por ela na empresa em que trabalha de campanhas publicitárias voltadas para o público interno.

É importante que o universitário tenha contato frequente com profissionais da área, entende Thaís. "A comunicação é inconstante, por isso necessitamos estar informados a respeito do que o mercado espera

de nós. Por esse motivo, o papel principal do aluno é de buscar outras maneiras de aprendizado além dos professores e a sala de aula. O contato com atividades extras como palestras, congressos e festivais é uma bagagem de informação essencial para a prática do trabalho".

A exposição finalizou com o momento de dúvidas, em que a ministrante se disponibilizou para solucionar as questões dos alunos. A maioria das perguntas focou na curiosidade sobre a experiência da palestrante na profissão, de como ela começou a trabalhar na área e o funcionamento do setor de comunicação da empresa de fertilizantes em que trabalha.

Kamila Assis apresenta os desafios da comunicação digital

Caio Miranda

Buscar a valorização da área de Relações Públicas. Esta é uma das principais causas que motivaram a vinda da relações-públicas Kamila Assis para a Semana da Comunicação. Em sua apresentação, intitulada de "RP em rede: gerenciamento da comunicação no mundo virtual", contou sobre o cotidiano do relações-públicas no ambiente virtual.

Ela não acredita que exista um profissional da comunicação mais capacitado para atuar com mídias digitais. A formação ideal para trabalhar com comunicação digital envolve todas as áreas. "Você precisa de um relações-públicas para fazer o planejamento, de um jornalista para coordenar conteúdo e um profissional de publicidade para lidar com artes e produto", conta.

Depois de formada a equipe, segundo ela, é fundamental o planejamento para que a comunicação seja bem feita e atinja o seu público. "Se você tiver profissionais capacitados, planejamento e souber aonde quer chegar, a tendência é aumentar seu negócio de forma absurda", comenta.

As formas de saber se a comunicação está atingindo seu objetivo é através do público. Há diversas ferramentas para medir os resultados e a satisfação do cliente, entre elas, estão as redes sociais. "Quando a pessoa procura aquele canal, recebe um bom atendimento e acaba deixando um elogio. Esse é o retorno mais importante".

Em situações de crise, os profissionais devem saber exatamente o que estão fazendo. "Qualquer passo mal dado pode acabar com a imagem da empresa". Para

ela, a gestão de crise é um dos papéis mais importante do relações-públicas na comunicação digital.

De acordo com Kamila, a comunicação digital possui poucos profissionais especializados no mercado. Podendo assim se tornar uma boa oportunidade para o jovem, desde que ele esteja sempre em busca de conhecimento. "O jovem precisa entrar nessa área, porque está dando muito retorno financeiro", afirma.

Formada em Jornalismo e Relações Públicas pela Unisantos, Kamila Assis começou sua trajetória profissional na Prefeitura do Guarujá, onde atuou como gestora de conteúdo. Atualmente trabalha em uma empresa de gestão de produtividade, Triad Productivity Solutions, como analista de comunicação sendo responsável pelo planejamento da comunicação no ambiente virtual.

O projeto **Farmácia Verde** vai ao encontro do Programa Fitoterápico do Ministério da Saúde, que foi incorporado ao sistema de saúde pública, visando à promoção do uso racional das plantas medicinais. **Fonte:** Assessoria de Imprensa UniSantos

Mercado em alta para administrar a presença online

Beatriz Macia

"O mercado está em alta, as empresas e agências precisam de gente para administrar sua presença no ambiente online". Assim, a publicitária Juliana Bonilha Pinto definiu o quanto o jovem tem espaço no mercado de trabalho, principalmente pela facilidade na utilização da internet e das redes sociais. No dia 23, ela e o publicitário Fábio Eduardo de Oliveira Costa Machado foram responsáveis pela sala temática "As redes sociais como ferramenta de branding – Estudo de caso Pontofrio.com".

O estudo apresentado foi elaborado pelos profissionais durante o

curso de MBA em Marketing. Assistentes de marketing na UniSantos, eles disseram que nesta área não existe uma maneira correta para trabalhar a imagem da empresa. "Não existe uma receita de bolo, a melhor maneira de uma marca trabalhar sua imagem é estar adequada e alinhada com o comportamento do seu consumidor", contou Fábio.

Segundo ele, é importante tratar o tema com os alunos porque muitos utilizam as redes sociais como diversão e entretenimento, e como estudantes de comunicação é necessário que eles identifiquem também como uma ferramenta de comunicação corporativa. "Nós pro-

curamos mostrar que existe uma área da comunicação que trabalha com essas plataformas e que as empresas estão cada vez mais preocupadas em estar presente nesse meio".

Juliana Pinto disse que as redes sociais são os novos canais de comunicação que reacenderam o mercado. Para ela, a internet reinventou a maneira como empresas e consumidores se comunicam. "Clientes e agências de comunicação já tinham esgotado seu estoque de criatividade com um consumidor cada vez mais disperso e habituado com as mídias tradicionais. Hoje, as pessoas passam tanto tempo na frente do computador quanto da televisão".

Marketing sustentável gera valor à marca

João Paulo de Castro

Mostrar aos alunos que a sustentabilidade não está apenas relacionada ao meio ambiente. Esse foi o objetivo da jornalista e bióloga Cíntia Rodrigues Ferreira, que coordenou, no dia 23, a sala temática "O marketing como ferramenta geradora de valor às marcas e a correlação como o índice de sustentabilidade empresarial (ISE). Estudo de caso: USIMINAS".

Durante a palestra, os alunos de Publicidade e Propaganda puderam conhecer um pouco mais sobre como

agregar valor à marca de uma empresa usando fatores sustentáveis. Para isso, Cintia usou em seu artigo científico de pós-graduação com base em estudos feitos na USIMINAS. Ela contou que passou questionários pela empresa para saber o quanto a sustentabilidade influenciava nos valores da empresa. "Usei o ISE (índice de sustentabilidade ambiental) para saber se os fatores econômico, social e ambiental estavam na empresa", disse.

Ela acredita que a oportunidade de transmitir algumas informações nesta área para quem ainda está estudando é "fascinante". Pensa que

é uma oportunidade ótima para passar algumas ideias até então desconhecidas por alguns desses alunos. "A ideia é pegar o marketing voltado para sustentabilidade e apresentá-lo como uma ferramenta que agrega valor para empresa junto com a sustentabilidade".

Segundo Cintia, muitas pessoas podem pensar que é um custo adicional para empresa, mas ela nega. "Não é verdade, isso só gera valores intangíveis para empresa e um saldo totalmente positivo. Hoje em dia 90% das empresas têm um marketing sustentável e isso agrega valor à marca".

Editora Leopoldianum
1ª editora acadêmica de Santos

500 títulos de 23 universidades representadas pela ABEU
140 títulos com a marca LEOPOLDIANUM

unisantos.br/edul

Especialização profissional atende consumidor exigente

Mariana Souza

“Jornalismo especializado está associado à evolução dos meios de comunicação e formação de grupos sociais consumidores de mídias cada vez mais distintos.” A frase da professora Benalva da Silva Vitorio fez parte do texto de abertura da palestra “Jornalismo Especializado e o Dia-a-Dia da Reportagem”, realizada no dia 24, com a presença das jornalistas formadas na Universidade Católica de Santos (UniSantos), Suzane Caroline Gil Frutuoso e Maria Fernanda Rodrigues.

A repórter Suzane Frutuoso, que entrou no mercado de trabalho por meio de estágio na rádio Jovem Pan, atuou como repórter nas revistas IstoÉ e Época, bem como repórter especial no Jornal da Tarde e é mestrande em Ciências Sociais.

Ao relatar suas experiências na área para os estudantes, ressaltou pontos como a nova dinâmica imposta ao trabalho jornalístico pela Internet, que juntamente com a revista seriam as principais mídias de atuação de um repórter especializado atualmente. “O jornalista especializado tem acesso a assuntos e fontes não acessíveis quando se trabalha no generalizado”, explica Suzane.

Ela abordou, ainda, o polêmico fechamento do Jornal da Tarde na próxima semana. Por motivos financeiros foi decidido que o Jornal símbolo da vanguarda jornalística será fechado. Porém, a informação só veio a público por conta de um e-mail do setor comercial que vazou na semana passada. Até então, nem a equipe de jornalistas estava ciente desse fato. Como forma de protesto os jornalistas estão em greve desde ontem.

A jornalista Maria Fernanda Rodrigues compartilhou, com os estudantes, as indecisões e encontros em seu caminho até chegar ao posto de repórter de literatura do Jornal Estado de S. Paulo onde assina a coluna semanal Babel e escreve para os cadernos 2 e Sabático. Ressaltou a liberdade de escrita para os reportes especializados, característica também comentada por sua colega de mesa. Maria Fernanda abordou, ainda, da importância de contextualização nas matérias especializadas, como, também, o conhecimento de outras áreas distintas. Os alunos participaram com perguntas às palestrantes sobre questões relacionadas ao dia-a-dia da redação. A palestra foi encerrada com indicações de leituras das duas palestrantes, solicitada pela aluna do 4º semestre, Aliana Brito.

Repórter enfatiza a importância do caráter acima da técnica

Anna Carolina Reis

“Acima de qualquer técnica que você aprenda na vida, tem que ter caráter”. Esta frase resumiu a maior lição deixada pela jornalista graduada pela UniSantos, Suzane Caroline Gil Frutuoso, que foi a convidada palestrante da noite de quarta-feira, cujo tema foi “Jornalismo Especializado e o Dia-a-Dia da Reportagem”, juntamente com a também jornalista e formada na Universidade, Maria Fernanda Rodrigues.

Com um currículo extenso trabalhando em meios de grande alcance

público – tais como as revistas Isto É, Época e Claudia –, Suzane tentou, além de transmitir um pouco da sua experiência, explicar sobre o mercado de trabalho no momento, contar como é o dia a dia do repórter, e dar dicas de carreira para os futuros comunicólogos ali presentes.

A palestrante narrou situações vivenciadas por ela na profissão, explicando que o começo é difícil, tem que “ralar muito”, segundo ela, e que grandes chefes fazem a diferença ao terem humildade em passar aprendizado a quem está começando.

Suzane alertou, ainda, para o foco profissional que às vezes acaba tornando-se exagerado, principalmente quando vira uma busca incessante atrás de algum “furo de reportagem” ou alguma matéria que possa se tornar manchete. Disse que é preciso ter respeito ao próximo e considerar cada situação que se encontrar.

Além disso, deixou dicas para que os estudantes leiam bons autores para ajudar na formação, e para que façam uma Pós-Graduação fora da área de Jornalismo, para “abrir o olhar”.

Vem aí: Competição de Pontes de Macarrão - Avaliação pública do teste de carga e resistência realizado sobre as pontes de fio de macarrão, construídas pelos alunos do 4º. semestre dos cursos de Engenharia da UNISANTOS. Dia 24/11, das 9 às 16 horas, no hall de entrada do Campus D. Idílio José Soares. **Fonte:** Assessoria de Imprensa UniSantos

Especialização ocorre também na cobertura literária

Nayara Tiepelmann

Sem ter a certeza de que queria mesmo cursar Jornalismo e tentando fugir da carreira do pai, que foi jornalista correspondente de Santos para o jornal Estado de S. Paulo, Maria Fernanda Rodrigues, de 33 anos foi uma das convidadas de quarta-feira (24) para palestrar na Semana de Comunicação. Formada em Jornalismo pela UniSantos nos anos 2000, já trabalhou no site PublishNews e, atualmente, trabalha como repórter no Estado de S. Paulo.

Com o tema "Jornalismo Especializado", Maria Fernanda, falou sobre o Jornalismo Literário e como é seu

trabalho no Sabático, um caderno de literatura que sai aos sábados no jornal, e no Caderno 2, de cultura geral.

Deixando o ambiente mais informal, a repórter contou sobre sua vida. "Eu achei que nunca fosse conseguir chegar no Caderno 2", confessa. Além disso, citou vários casos que já passou, suas viagens de trabalho e as dificuldades que enfrenta. "É muito difícil você escrever sem saber pra quem é", no caso das matérias que faz para o site do jornal.

Como jornalista do ramo literário, Maria Fernanda recebe muitos livros das editoras e diz que sua mesa se resume em pilhas e mais pilhas de livros, e que para fazer uma boa

matéria, é necessário atenção e um tempo justo para a leitura. "Aconteceu uma vez comigo de chegar um livro numa quarta-feira e ter que fazer pra sexta, mas era um livro de poesia do Drummond, mais artístico, então eu consegui ler". Mas se for um livro que contém uma história, seja complexo ou grande, já não tem como fazer tão rápido. "Eu tenho a humildade de dizer que não consigo. Não vou fazer as coisas nas coxas só por fazer".

No final da palestra, a repórter deu dicas para os futuros jornalistas. "Leiam de tudo. Ficção e não ficção" e ainda levou algumas sugestões de livros que acabou com o sorteio de alguns deles.

Estudantes de RP debatem Projetos e TCC's

Stephani Fastovsky

"RPensamentos: relações públicas muito além da técnica". Esse foi o tema abordado na mesa-redonda que aconteceu na quarta-feira, às 20 horas, terceiro dia da Semana de Comunicação da Universidade Católica de Santos. Em clima de descontração, a recém-formada pela UniSantos, Cristiane Cordeiro, tratou do assunto em conjunto com as alunas Aline Rezende, Larissa Cerveira, Luiza Guimarães, Carina Souza e Camila Borges.

A aluna do segundo ano de Relações Públicas, Camila Borges, co-

mandou a abertura da noite, seguida por Luiza Guimarães que relatou a sua pesquisa de Iniciação Científica relacionada a essa habilitação profissional. Em seguida, as alunas formandas Aline Rezende, Carina Souza e Camila Borges, falaram sobre o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), desde a escolha até sua finalização. Aline contou como decidiram o tema "Sustentabilidade" abordado no TCC "Interfaces da comunicação no paradigma do desenvolvimento sustentável – Reposicionamento organizacional e coexistência comunicativa no cenário da mediação de interesses", a ser defendido em dezembro.

A última a apresentar-se foi Cristiane Cordeiro, ganhadora do prêmio ABRP 2012 com o tema "Vita activa na democracia: as Relações Públicas na gestão estratégica da comunicação pública" com orientação do professor mestre Wellington Teixeira Lisboa.

Foi realizado, ainda, um debate entre as convidadas e os alunos presentes que puderam esclarecer as dúvidas e saber um pouco mais sobre as experiências apresentadas na noite. Participaram ainda os professores Wellington Teixeira Lisboa e Aline Saboya, acrescentando ideias e dicas para os alunos presentes.

Farmácia Verde investe em ações educativas e horta medicinal - Criação de uma horta medicinal e ações educacionais em escolas fazem parte do Projeto Farmácia Verde, desenvolvido por alunos de Iniciação Científica, do curso de Farmácia, sob a orientação da professora mestre Marlene Rosimar da Silva Vieira. No dia 20 de outubro, foi realizada a primeira ação no Liceu Santista, com orientações para pais e alunos sobre a utilização correta de plantas medicinais. A horta com plantas medicinais está sendo organizada, no Campus Dom Idílio José Soares, onde ocorrem as aulas do curso de Farmácia. O trabalho nasce a partir do cultivo de diferentes espécies nativas que serão utilizadas, inicialmente, em aulas práticas laboratoriais e pesquisa acadêmica. **Fonte:** Assessoria de Imprensa UniSantos

Experiências do rádio com imagem

Juliane Costa

Na noite de quarta-feira (24), a diretora artística da rádio Tribuna FM, Inês Bari, formada em Publicidade e Propaganda e em Relações Públicas, ministrou a palestra sobre a era da rádio, na Semana de Comunicação. Ela atua há 28 anos na emissora e afirma que é o veículo que possui maior integração, transmitindo mensagens boas para ajudar os ouvintes, além de ter emoção e ser apaixonante. E destacou a relação do veículo com as redes sociais e a internet.

Além de ser redatora, é poeta e possui uma banda. "É um prazer muito grande estar aqui, para falar sobre minha grande paixão, a rádio", diz. Ela conta que essa grande paixão surgiu aos poucos, e que se tornou real quando entrou em contato com o cotidiano do veículo.

Ela relatou a sensação de estar de volta a sua faculdade hoje (ela é formada na UniSantos), afirmando que foi como um túnel do tempo, olhar para traz e ver que aquele sonho se concretizou. Disse que espera ter motivado com sua trajetória, as pessoas apaixonadas pela rádio e que

querem seguir nesse caminho.

Inês contou que a emissora cresceu ao passar dos anos, mudando seu segmento e sua programação. Foi se popularizando com o surgimento de novas tecnologias, dinamismo e informatização. É o veículo que mais incorporou as redes sociais, por ser ágil e veloz, pois ele permite ao ouvinte ou o locutor a mexer com diversas ferramentas ao mesmo tempo. "Tudo é difícil, mas se você tiver competência, persistência, e o mais importante de tudo força de vontade, pode ter certeza que você consegue", diz.

Tema de TCC, livro aborda assessoria de imprensa esportiva

Rebecca Menezes

Quem abriu a noite de quarta-feira foram os egressos formados em Jornalismo no ano passado, Diego Coeli Diegues Gomes, de 21 anos, Leonardo de Jesus Francisco, de 22 anos, e Giuliano Guerreiro Braguim, de 23 anos. Eles contaram um pouco mais sobre seu TCC, que virou o livro Manual de assessoria de imprensa esportiva: capítulo futebol, lançado oficialmente naquela noite pela editora Leopoldianum.

Os ex-alunos falaram que a ideia inicial do TCC surgiu devido à explosão de notícias envolvendo jogadores em polêmicas na mídia, então resolveram criar algo que ajudasse a tentar criar uma convivência mais harmoniosa entre assessores e repórteres dessa área, apontando e tentando corrigir erros

de ambos os lados. Portanto, um livro que deve ser lido pelos dois tipos de profissionais.

Além de apresentar seus livros aos alunos eles também queriam incentivar o estudante a trabalhar com vontade em seu TCC, mostrar que é mais que um trabalho para a faculdade. "O importante é você escolher um assunto que goste, assim vai fazer com gosto e bem feito" disse Gomes.

Por serem jovens acreditam que pode haver certo preconceito com a obra a princípio, por parte dos profissionais que estão atuando há mais tempo, mas afirmam que todos que pararem para ler a obra com calma perceberão o trabalho bem feito, a partir das mais de 50 entrevistas realizadas.

O livro foi pré-lançado na 22ª Bienal Internacional do Livro em São Paulo e também já foi despachado

para outras partes do mundo como Frankfurt e Guadalajara. Apesar disso tudo, seus autores dizem que o principal fruto que pretendem extrair do trabalho é um bom portfólio para se introduzir no meio, que é tão difícil de entrar. "É um grande diferencial você chegar recém formado numa entrevista de emprego, com 23 anos, e já ter um livro publicado" contou Braguim.

Para finalizar, o trio foi questionado sobre o caso da Vila Belmiro e a entrada para ambulâncias, em que se descobriu, no jogo entre Santos e Atlético-MG na quarta-feira dia 17, que a passagem para o carro era dificultada por um degrau. Eles conversaram e concordaram que tanto a assessoria quanto a imprensa fizeram um bom trabalho, com ética e prontidão. "No dia seguinte o clube já lançou uma nota, foi um trabalho muito bem feito", afirmou Francisco.

EXPEDIENTE

AGÊNCIA FACOS - Edição Especial: Órgão Laboratorial do 4º semestre do Curso de Jornalismo do Centro de Ciências Exatas, Artes e Humanidades da Universidade Católica de Santos - UniSantos. **Diretor:** Prof. Fábio Maimone. **Coordenador do Curso de Jornalismo:** Prof. Paulo Bornsen. **Professores responsáveis:** Marcelo Di Renzo, Robnaldo Salgado e Paulo Bornsen (**texto**). - Claudio Lemos (**gráfico-visual**).

Tecnologia facilita a publicidade infantil

Russel Dias

A publicidade infantil não costuma ser um mercado muito visado pelos estudantes, porém, “ela está por todos os lados”, alertou a analista de pesquisa da Turner International da América Latina, Carolina Sarmento Torres, ex-aluna da UNISANTOS, formada em Publicidade e Propaganda. No dia 25, ela foi responsável pela palestra “Publicidade Infantil. Que mercado é esse?”

Segundo Carolina Torres, o acesso

à tecnologia facilita para que o público infantil seja atingido pela propaganda. “Hoje em dia as crianças têm muito mais acesso à tecnologia e já se veem como consumidoras”. Prova disso são os aplicativos direcionados exclusivamente para elas nos tablets e smartphones.

A empresa em que trabalha é parceira dos canais Cartoon Network e Boomerang, também voltados para o público infantil de diversas idades. Ao ser questionada se a televisão seria o meio mais fácil de atingir às crianças,

ela afirmou que sim. “Televisão é um meio passivo, é universal, atinge a todos de uma maneira mais fácil.”

Apesar de trabalhar no setor de pesquisas, Carolina conta que o fato de ser mãe ajudou para entender melhor o seu público-alvo. Segundo ela, muitas vezes os filhos mostram mais que as pesquisas. “Ela (filha) pega o celular, já sabe passar a foto pro lado, faz parecer que nós somos imigrantes digitais, porque isso já faz parte da geração deles.”

Iniciação científica e extensão universitária encerram a Semana

Juliane Miranda

Encerrando o ciclo de palestras da Semana de Comunicação da UniSantos, os professores Marcelo Lamy e Rosa Maria Ferreiro Pinto apresentaram a importância da iniciação científica e da extensão na formação profissional para os alunos de graduação. Em virtude da realização de uma ação de entretenimento organizada por um grupo de estudantes, o período destinado aos oradores foi reduzido a 40 minutos e não houve espaço para debates.

A professora doutora Rosa Maria Ferreiro destacou a iniciação científica como um suplemento fundamental no processo de formação do aluno, desenvolvendo então certa autonomia intelectual que está em falta. Além de se aprofundar em assuntos especí-

ficos de sua área, a iniciação científica traz outros benefícios como a bolsa de estudos, que atualmente são oferecidas 48 pela universidade. “São poucas bolsas para os alunos, mas estamos procurando aumentar esse número cada vez mais, é um ótimo benefício”, afirma a professora.

Outro benefício destacado foi a facilidade de ingressar ao mercado de trabalho tendo como base a iniciação científica na sua formação, podendo assim realizar relatórios de pesquisa, revisões de bibliografia, relatórios de seminários ou as demais atividades envolvendo o trabalho de pesquisador.

Para o professor Marcelo Lamy, a iniciação científica é tão importante para a universidade quanto à extensão, trazendo assim uma interação junto a comunidade. “Essas atividades promovidas dentro de uma Uni-

versidade trazem um intelecto maior para todos os envolvidos, sempre tem que ter esse tipo de inovação”, diz. O objetivo da extensão é fazer uma ação junto com a comunidade, assim abrindo para um público maior o conhecimento adquirido com o ensino e as pesquisas que foram feitos.

Na UniSantos, especificadamente, são oferecidos cursos extensão como Marketing para Advogados, Interpretação Constitucional, Gestão da Política Social, Logística Portuária e Intermodalidade, além de cursos oferecidos para a terceira idade.

“A extensão na UniSantos é como nós olhamos para a comunidade e vemos como ela está precisando desse apoio nosso. Trazer isso para a mente dos professores e educadores é o caminho para realizar o papel da Universidade”, afirma o professor Lamy.

Mercado de trabalho valoriza pesquisa acadêmica

Julia Soares Ferreira

“A iniciação científica é muito importante para o estudante adquirir disciplina, aprender a fazer relatórios, resumos, artigos para publicação. Essa experiência é muito valorizada no mercado de trabalho”. Assim, a coordenadora do Programa de Iniciação Científica da UniSantos, professora doutora Rosa Maria Fer-

reiro Pinto, resumiu a importância da pesquisa na graduação.

Mesmo considerando que a iniciação científica é recente na UniSantos, a professora Rosa Maria disse que hoje os projetos atendem às demandas. São 48 bolsas anuais para diferentes áreas. Segundo ela, as ações são possíveis graças ao compromisso dos professores com disponibilidade e orientação sistemática e à infraestrutura

da Universidade.

Para participar, os alunos inscritos passam por um processo seletivo específico. Os aprovados recebem bolsa de estudos e desenvolvem projetos, sob a coordenação do professor orientador. A professora Rosa Maria alertou que o processo é longo, exige dedicação, mas leva à competência profissional, pois faz com que o aluno desenvolva mais técnica e conhecimento.

Seja único. Faça Católica UniSantos. VESTIBULAR 2013

- ADMINISTRAÇÃO
- ARQUITETURA E URBANISMO
- Ciências BIOLÓGICAS
- Ciências CONTÁBEIS
- Ciências DA COMPUTAÇÃO
- Ciências ECONÔMICAS
- COMÉRCIO EXTERIOR
- DESIGN DE INTERIORES
- DIREITO
- ESPIRITANOMIA
- ENGENHARIA AMBIENTAL
- ENGENHARIA CIVIL
- ENGENHARIA DE FIBROÓPTICA
- ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
- ENGENHARIA PORTUÁRIA
- FARMÁCIA
- FISIOLOGIA
- GASTRONOMIA
- GESTÃO PORTUÁRIA
- HISTÓRIA
- JORNALISMO
- LÍNGUA
- LOGÍSTICA
- MATEMÁTICA
- MÚSICA
- NUTRIÇÃO
- PSICOLOGIA
- REDAÇÃO
- RELIGIÃO
- REPUBLICIDADE E PROPAGANDA
- QUÍMICA
- REDES DE COMPUTADORES
- RELAÇÕES INSTITUCIONAIS
- RELAÇÕES PÚBLICAS
- SERVIÇO SOCIAL
- SISTEMAS DE INFORMAÇÃO
- TRADUÇÃO E INTERPRETAÇÃO

[facebook.com/catolicounisantos](https://www.facebook.com/catolicounisantos)
unisantos.br/vestibular
0800.7705551

CATÓLICA UNISANTOS
ENSINO DE QUALIDADE IMPECCÁVEL

Extensão facilita a vivência do aluno com a sociedade

Luana Guimarães Peres

A extensão universitária é fundamental para a formação plena do aluno, pois permite uma relação dinâmica entre a teoria e o mundo real. Este foi o posicionamento defendido pelo professor Marcelo Lamy na última noite da Semana de Comunicação, para uma platéia de cerca de 100 pessoas, na maioria estudantes.

Lamy esclareceu uma confusão bastante comum é relacionar a extensão universitária com os cursos de extensão. A extensão é um serviço que o aluno presta junto à socie-

dade, e por meio dessa vivência, ganha uma "excelente formação profissional", como explicou, obtendo conhecimento prático e sendo inserido no mercado de trabalho atendendo às necessidades da comunidade.

A extensão permite a complementação do que é aprendido, pois as mudanças ocorrem que muita rapidez. Quando os professores junto com os alunos saem da universidade para ajudar a sociedade a resolver seus problemas, trazem a realidade em uma velocidade maior do que a adquirida em sala de aula, completando esse ensino. Como dis-

se Lamy, é um "diálogo permanente com a sociedade".

Além do exercício prático e de participar ativamente junto a sociedade, a extensão beneficia a quem participa com a Bolsa Extensão, dando descontos aos alunos.

Os estudantes universitários podem estar participando de extensão desde o início do curso de graduação e há programas de extensão para todos os cursos. O interessado deve conversar com seus professores para estar se informando ou procurando aquele projeto que o interessa através do site da universidade.

Coordenadores otimistas com o resultado do evento

Darine Gomes

Com uma avaliação positiva sobre a Semana de Comunicação, os coordenadores dos cursos de comunicação social com habilitações em Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, acreditam que o evento é uma oportunidade de estreitar a relação entre academia e mercado, propiciando aos alunos uma noção real do campo de trabalho na área escolhida.

O tema central do evento foi "Comunicação em alta: que mercado é esse?" e para os coordenadores dos três cursos, o objetivo foi trazer profissionais experientes da área para fazer uma análise da comunicação como um todo, falar das dificuldades de como ingressar no mercado de trabalho, e assim, mostrar aos alunos a conectividade entre as disciplinas dos cursos. Eles acreditam quem o mercado regional está em crescimento, inclusive, pelas descobertas no setor de petróleo e

gás, que poderá trazer novos investimentos para a Baixada.

Para a coordenadora do curso de Relações Públicas da UniSantos, Aline Saboya, o fato de terem proporcionado uma programação diversificada contribuiu para que muitos alunos comparecessem e participassem fazendo perguntas. Ela também analisa a velocidade do mercado, que está à frente da academia, e para um bom preparo dos discentes, é importante trazer gente de fora para contar a experiência.

O coordenador do curso de Jornalismo, Paulo Bornsen, acredita que a programação atingiu os objetivos tanto pela qualidade dos convidados como pela participação dos alunos. Para ele, os palestrantes contribuíram desenvolvendo temas de bastante interesse e acredita que esses profissionais que estão em grandes veículos de comunicação trouxeram aos alunos dicas de como chegar lá e conquistar o espaço no mercado.

Wanderley Camargo, coordena-

dor do Curso de Publicidade e Propaganda, aponta a importância do evento para os alunos. Ele acredita que para quem está nos dois últimos anos, é essencial conhecer o perfil do profissional que atua no mercado e as futuras tendências da profissão. Já para os alunos dos dois primeiros anos, o recado é de que para uma carreira de sucesso não é preciso apenas talento, mas qualificação e força de vontade. "Ao trazer convidados atuantes, muitos, egressos dos cursos da UniSantos, deixamos uma mensagem aos discentes de que a realização profissional é possível, basta mergulhar nos estudos e se aperfeiçoar constantemente", afirma Wanderley, que também acredita que com a expansão do mercado regional as empresas têm necessidade de se comunicar com seus diversos públicos de interesse e isso gera demanda nas três áreas da comunicação e, para ele, vale lembrar que este mercado irá cobrar qualidade e compromisso de quem pretende um lugar ao sol.