

Resumos

Sessão de Pôsteres

Coordenação: Luiz Marcos Ferreira Júnior (UNESP)

1. Fazer Ciência: a divulgação científica na web-rádio UNESP Virtual

Ana Carolina Almeida Ferreira (UNESP)

O Fazer Ciência é o programa jornalístico da web-rádio UNESP Virtual responsável pela divulgação científica. Apresenta as principais pesquisas realizadas pela UNESP de Bauru, por outros campus da UNESP e por outras faculdades do Brasil e do mundo, além de descobertas da comunidade científica nacional e internacional. No quadro “Voz do Pesquisador”, o ouvinte pode conhecer projetos de pesquisa da UNESP Bauru. Todo programa apresenta uma entrevista com um pesquisador (que pode ser professor orientador ou aluno de iniciação científica ou mestrado/ doutorado) explicando o que é a pesquisa, como surgiu a idéia, etc. Outro quadro, o “De onde vem?” mostra como as pesquisas auxiliam no desenvolvimento histórico. Cada programa mostra de onde veio a idéia e quem foi o pesquisador de uma determinada invenção ou teoria.

Palavras-chave: Comunicação. Web-rádio. Divulgação Científica.

2. Diálogo de Discursos: Um estudo de caso sobre a relação do Jornalismo com a Ciência

Erica Masiero Nering (UNESP), Mateus Yuri Passos (UFSCAR/Lecotec-UNESP/UNICAMP), Juliano Mauricio de Carvalho (UNESP)

Divulgar a ciência através de um meio barato e de fácil acesso. Essa é a proposta do projeto Toque da Ciência, desenvolvido por alunos de jornalismo da UNESP, um produto radiofônico de 1 minuto e 20 que traz a voz do pesquisador ao alcance do público leigo. Aproximar a linguagem prolixa de pesquisas científicas para a linguagem simplificada do rádio e os princípios básicos do texto jornalístico exige uma mudança discursiva. O diálogo entre os discursos científico e jornalístico resulta na Divulgação Científica, produto este, polêmico dentro da comunidade científica. Tendo e vista o argumento que muitos pesquisadores têm contra a divulgação científica, esta pesquisa busca analisar criticamente os produtos do Toque da Ciência, considerando alguns questionamentos comuns: O jornalista não está preparado para divulgar ciência? O jornalismo distorce os resultados de pesquisas? O discurso jornalístico não contempla as necessidades da ciência? O método utilizado é o empregado pela escola francesa em *Análise do Discurso*, que busca analisar o sentido em cada discurso. Através da análise de 90 programas Toque da Ciência, esta pesquisa analisa a intencionalidade de cada discurso envolvido na produção do produto de Divulgação Científica. E, desenvolvendo uma crítica e teórica, permite elaborar um produto de melhor qualidade. A pesquisa encontra-se no estágio de revisão bibliográfica e produção dos programas de rádio. As leituras estão possibilitando aos estudantes produzir os programas de forma mais consciente quanto à elaboração de um discurso de Divulgação Científica, procurando criar uma harmonia entre jargão científico e a linguagem do radiojornalismo. A maior dificuldade encontrada até agora está na relação com os cientistas, que não confiam no divulgador científico e são pouco flexíveis quanto à transformação do seu discurso para uma linguagem mais simplificada. O discurso de Divulgação Científica exige do jornalista uma análise crítica e um trabalho conjunto com cientistas. Desta forma, é possível fazer com

que a ciência seja de fácil acesso à toda a população sem que a originalidade da pesquisa científica perca-se. O Projeto Toque da Ciência possibilitou uma conciliação entre os discursos científico e jornalístico e seus diferentes interesses. Está sendo possível criar-se um produto de qualidade que consiga agradar tanto ao jornalista quanto ao cientista.

Palavras-chave: Comunicação. Divulgação científica. Análise do discurso. Discurso e poder.

3. Documentário e Loucura: outras linguagens, outros olhares

Fernanda de Freitas (UFSCar)

A Comunicação, em especial, a Comunicação Comunitária ou Popular é entendida como fonte de poder, direitos, cidadania, liberdade, instrumento de mobilização social, (re)construção de identidade, como produtora de sentido e de ampliação de possibilidades pessoais e coletivas. A linguagem audiovisual, principalmente, os documentários, é permeada por um discurso social carregado de reflexão e crítica à sociedade através da representação da “realidade”. Considerando essas afirmações, esta pesquisa propõe-se a analisar cinco documentários que registram a realidade do sujeito com sofrimento mental. Os documentários escolhidos buscam desmistificar e transformar o conceito de Loucura, mostrando os benefícios que a Reforma Psiquiátrica trouxe à vida dos usuários da saúde mental (pacientes); e contribui para a compreensão pública do novo modelo de Atenção à Saúde Mental. Eles também levantam a bandeira pela melhoria das políticas públicas de saúde, no campo da Saúde Mental. Entre os vídeos analisados, dois foram produzidos pelos usuários da saúde mental do Serviço de Saúde Dr. Cândido Ferreira, instituição psiquiátrica localizada em Campinas/SP. Esses vídeos foram produzidos sob a ótica da Comunicação Comunitária e apresentam um debate importante sobre a garantia do direito de voz dos usuários – antes trancafiados nos manicômios e torturados – que passaram de receptores de informação para produtores do seu próprio discurso. Estimulados por essa nova postura de Comunicação e de tratamento (pós-Reforma Psiquiátrica), esses usuários – através dos documentários – produzem um discurso científico

e cultural que divulgam as novas formas de cuidar em saúde mental e a liberdade como recurso terapêutico. Os documentários produzidos dentro da instituição são: importantes instrumentos de formação de opinião pública, para a diminuição do preconceito e aumento da inclusão social dos usuários; um canal para esclarecimentos de dúvidas e divulgação dos serviços de saúde mental; e trazem à tona os projetos sociais desenvolvidos na instituição que, via de regra, não conseguem espaço na mídia. Desta forma, proponho uma análise dos filmes produzidos pelos usuários e também pelos documentaristas profissionais, com propósito de compreender as semelhanças e diferenças entre seus discursos científico e cultural, além de relacionar as práticas discursivas dos sujeitos receptores (usuários), que se transformam em autores do seu próprio discurso. A inovação nos cuidados em Saúde Mental criou novos modos de atuação e espaços de convergência de saberes nesta área. Com base neste valor, sugiro uma releitura crítica dos documentários que são propagadores dos discursos sobre a Loucura, e por fim, sobre as novas formas de cuidado em Saúde Mental.

Palavras-chave: Comunicação. Documentário. Loucura.

4. Áudio e mobilidade na era da imagem: tecnologias digitais emergentes no contexto da aprendizagem ubíqua

Iraci Moraes (Faculdade 7 de Setembro)

Aparelhos celulares, notebooks, mini-gravadores e outros objetos diariamente conquistam o cotidiano do homem, até que a próxima novidade os separe. Clicando em um botão do celular, grava-se uma aula inteira para repassar depois. Arquivos de áudio são permutados via web, contendo dicas, palestras, exercícios. Nossa intenção é discutir sobre a mediação que se dá através das tecnologias digitais emergentes, quando utilizadas unicamente em suas dimensões auditivas. Buscaremos explorar características, efeitos e motivos pelos quais acontece a preferência por essa forma de interação, que é desprovida de imagem. Essa utilização será observada no contexto da aprendizagem ubíqua e/ou com mobilidade, via métodos qualitativos: observação participante, história oral e entrevista.

Serão analisados os efeitos da utilização dos dispositivos nas salas de aula. Um MP3 player digital será utilizado como gravador, dotado de capacidade de 1GB e entrada USB. Longe da intenção de comprovar alguma superioridade entre áudio e imagem, ou de analisar o poder de substituição que uma mídia deva ter sobre outra, o objetivo aqui é debater como e por que se dá a produção de sentido através da dimensão exclusiva da escuta numa sociedade de tantos apelos visuais.

Palavras-chave: Comunicação. Tecnologias digitais. Educação.

5. Convergência tecnológica e os movimentos de inserção das novas tecnologias nas educação: análises preliminares

Márcia Lopes Reis (UNIP)

Este trabalho pretende tratar do movimento contraditório intra e intersocial que tipifica a convergência tecnológica, sobretudo quando analisada no contexto de inserção das TIC na prática cotidiana da escola. Nesse lócus diferenciado, a principal característica parece ser o continuum do movimento de afirmação e negação dos processos de produção, apropriação e difusão do conhecimento científico-tecnológico. A partir de uma análise sociológica da complexidade da expressão ‘convergência tecnológica’, inicialmente apropriada dos matemáticos, esse artigo tem como escopo a compreensão do multifacetado modo de reificação da tecnologia para além do âmbito de produção material. Afirmativo da sua dimensão econômica como instrumento para a solução de problemas concretos, a convergência tecnológica tende a agregar e aprofundar o sentido de um movimento intra e intersocial em seu processo de constituição. A reflexão sociológica proposta atualiza o conceito valendo-se dos fatores que constituem uma nova convergência tecnológica, atribuindo-lhes dimensão simbólica e ideológica que o estudo, em profundidade, demanda.

Palavras-chave: Convergência tecnológica. Tecnologia. Ciência. Políticas públicas de educação.

6. Click Inclusão - A inserção das NTIC nas escolas municipais de Bauru

Adriana Yara Dantas Canuto Minozzi (Prefeitura Municipal de Bauru),
Griselda Luiza Purini (Prefeitura Municipal de Bauru)

Desde 1985 Bauru almejou o uso do computador nas unidades escolares. Mas foi somente em 2000 que os computadores começaram a chegar nos laboratórios de aprendizagem de informática, com uso insignificante ou inexpressivo em razão de falta de conhecimento na utilização das NTIC. Em 2005 iniciou-se na Secretaria Municipal da Educação um processo para dinamizar o uso dos espaços de aprendizagem, porém muitos obstáculos surgiram, e somente seriam ultrapassados após a realização de processo licitatório para a contratação de empresa prestadora de serviço que tivesse como foco o uso das Novas Tecnologias da Informação e Comunicação voltados para a prática pedagógica, auxiliando e estimulando a participação, autonomia e autoria tanto dos educadores como dos alunos. Com a escolha deste modelo foi implantado na Rede Municipal de Ensino de Bauru, em 16 unidades escolares de Ensino Fundamental o Projeto Click Inclusão, visando uma escola de qualidade e equidade para todos.

Palavras-chave: Comunicação. NTIC. Educação.

7. “Devorando Quixote” um espetáculo cênico multimídia

Sarah Carvalho (UNESP)

Pautado nas vanguardas do século XX, nos estudos sobre as novas mídias no teatro, nos happenings e na performance, o presente trabalho tem como objetivo refletir sobre o uso do vídeo no espetáculo de teatro contemporâneo performático “Devorando Quixote”, o qual esteve sob direção de Marcio Pimentel e Marcelo Denny, e, foi contemplado pelo Circuito Sesi de Montagem Inédita 2008. O estudo se refere a uma análise do trânsito existente entre o audiovisual e a performance, em que o vídeo ganha a dimensão cênica do teatro e pode se formar em tempo real. A partir de observação participante, registros audiovisuais e diário de campo, foi possível descrever e analisar o processo de criação multimídia

subjacente à produção de tal espetáculo, apontando aspectos sócio-culturais e históricos relacionados às diferentes maneiras de uso do vídeo.

Palavras-chave: Comunicação. Teatro. Vídeo.

8. Graffiti & Ação: Um palco a céu aberto

Carlos Augusto Silva (UNESP)

Decorrente do estudo da evolução das artes plásticas do final do século XX, o presente trabalho tem como objetivo analisar sob um olhar performático a ação de pintar na rua utilizando-se da linguagem do graffiti. A pesquisa refere-se ao trabalho desenvolvido pelo artista plástico e grafiteiro Carlos Augusto da Silva (gto...), na qual funde a pintura gestual com a ação do *happening* para compor seu processo criativo como um ato espontâneo. Foi possível, a partir dos registros de algumas de suas ações, analisar seu processo criativo de acordo com a subjetividade da esquizo-análise apontando o instante presente como força motriz de suas ações, que se caracterizam pela idéia de uma arte processual, que inserem a experiência vivida, o *environment* e a interatividade estabelecida com o público, obtendo o processo e a obra viva e aberta como produto artístico.

Palavras-chave: Comunicação. Artes visuais. Arte processual.

9. A consciência corpórea

Elissangila Freitas Leite (UNESP)

O objetivo deste projeto de pesquisa é descrever e compreender o processo do despertar da consciência corporal em crianças do ensino fundamental do ciclo I na escola E. E. Mercedes Paz Bueno, para as quais será oferecido um espaço de vivência e de experimentação de uma das artes corporais: a dança, em que o corpo em movimento é tomado como canal sensibilizador, reflexivo, apreciativo, comunicador e expressivo. Onde realizaremos encontros uma vez por semana com duração de 1h e 40 minutos, em que se utilizarão neste processo atividades de caráter lúdico, com jogos e brincadeiras tradicionais, jogos dramáticos, malabares e dança educativa. Por meio de intervenção na realidade dos alunos; de pesquisa etnográfica,

na qual se utilizará diário de campo, registros audiovisuais, descrição de ações; entrevista com os alunos da escola e interpretação e análise dos fatos registrados, será possível descrever e compreender todo processo do despertar da consciência corporal, primordial etapa das artes corporais. Como apontam Laban (1978), Huizinga (1980), os Parâmetros Curriculares Nacionais (Brasil, PCNs: Arte/SEF, 1998), Marques (2003) e Godoy (2004), que a consciência corporal na criança se faz necessário para adquirir conhecimento sobre seu universo interno e externo para atingir suas potencialidades físicas, emocionais e cognitivas, desenvolver assim sua sensibilidade e apreciação significativa do mundo à atuar de forma crítica e equilibrada buscando soluções não convencionais diante de situações sócio-culturais mais inusitadas, observando, se inserindo e transformando de maneira autônoma, criativa e expressiva sua realidade.

Palavras-chave: Comunicação. Consciência corporal. Educação.

10. Trailer: a publicidade cinematográfica

Palloma Almeida Lima de Carvalho (UNESP)

O trailer é a principal ferramenta pelo qual um novo filme é apresentado ao público. O estudo das características que compõem um trailer deixará mais clara a maneira de realizá-lo, ajudando a entender as estratégias utilizadas pelas produtoras de filmes para atrair a audiência, e determinando também os elementos chave que fazem com que um trailer tenha seu objetivo alcançado, ou seja, fazer com que as pessoas cheguem a assistir àquele filme que está sendo divulgado.

Palavras-chave: Comunicação. Cinema. Trailer.

11. Para onde nos conduzem os passos de Maria: produção de sentido do discurso televisivo de ficção

Láís Barros Martins (UNESP), Maria Lúcia Vissotto Paiva Diniz (UNESP)

A análise da semiótica-objeto – a minissérie global *Hoje é dia de Maria* (exibida em duas jornadas pela Rede Globo, no período de 11 a 21/01 e de 11 a 15/10 de 2005) pode contribuir para a pesquisa da produção audiovisual,

sobretudo no contexto da implantação da TV Digital, pela busca do mapeamento de novos formatos e de novas linguagens. Em meio ao deserto de novidades na televisão, em que todos os críticos e estudiosos apontam um esgotamento de formatos, consideramos importante estudar inovações de linguagem como as contidas na obra de Carlos Alberto Soffredini, com adaptação de Luis Alberto de Abreu e direção de Luiz Fernando de Carvalho, composta por 13 episódios totalizando 6 horas e 11 minutos de duração. Principalmente quando esses formatos privilegiam o diálogo social e a valorização do ser humano como indivíduo consciente no mundo. A partir da investigação da construção do discurso televisivo em programas de fantasia ou ficção já instituída (características, práticas e técnicas já enraizado na sociedade e interiorizadas pelos telespectadores), a análise do corpus determinará os elementos que caracterizam o discurso inovador, que busca introduzir uma nova visão e rompe com o instituído. Enquanto texto sincrético (combinando várias linguagens) a análise será feita tomando elementos da Semiótica francesa (Algirdas Julien Greimas e seus seguidores), priorizando o nível discursivo e a busca pelo sentido do texto, e concepções de Bakhtin relativas ao dialogismo (e seus equivalentes) e à carnavalização, que preconizam o discurso como fruto da retomadas, permuta e interação com outros textos (intertextualidade). Estamos diante de um texto ambíguo, que nos incita a desvendar o “novo”, na expressão do discurso visual e plástico, e a confortar-se com o “velho”, no conteúdo já conhecido, com seus valores calcificados pela ideologia dominante. Tentaremos, pois, evidenciar como a expressão inovadora permite que o conteúdo ganhe maior significado e ambos juntos aumentem a capacidade do telespectador de ver e sentir. Tal postura metodológica permitirá determinar aspectos ideológicos que serão investigados a partir de conceitos preconizados por Marilena Chauí e outros autores. Para tanto, o corpus desta pesquisa trará cenas das duas jornadas recortadas e separadas em eixos classificatórios a fim de contemplar a análise técnica (novas práticas do teatro, computação gráfica etc.) e abordará características do conteúdo enquanto narrativa canônica ou inovadora. Tais análises permitem evidenciar a mídia televisiva como arte e verificar a importância e contribuição desses produtos da Indústria Cultural,

propiciando a “transformação das consciências” no contexto pós-moderno de nossa sociedade. Por outro lado, talvez, permitam demonstrar até que ponto a expressão aliada à tecnologia são responsáveis por produzir sentidos e, a partir da identificação destes elementos, será possível determinar o valor da mensagem. Ao identificar o diálogo que a minissérie mantém com outras obras, outros autores e estilos, as análises validam a aplicação dos estudos bakhtinianos na produção cultural contemporânea pelo enriquecimento que a interação com outros formatos traz para a televisão brasileira, principal forma de divulgação da cultura, por atingir milhares de telespectadores. Tal minissérie, além de conquistar o público, agradou a crítica, sobretudo pelo cenário exuberante, a interação com bonecos construídos de sucata e o figurino original, somados a boas atuações dos atores que renderam a *Hoje é dia de Maria* muitos elogios da crítica e prêmios nacionais e internacionais.

Palavras-chave: Comunicação. Semiótica. Produção audiovisual.

12. O papel do brinde na hora da compra dos salgadinhos Cheetos com surpresa – a invasão dos cachorrinhos

Danielle Miron (Centro Universitário Franciscano)

Com base em uma visão mercadológica, o presente artigo tem como objeto de estudo o papel do brinde na hora da compra dos salgadinhos Cheetos com surpresa. Buscou-se verificar a utilização do mesmo como uma estratégia de promoção visto que hoje em dia há uma padronização dos produtos e também o uso ostensivo de ferramentas que visam captar a atenção do consumidor e conseqüentemente aumentarem as vendas. O objetivo é realizar um estudo que contempla as bases do marketing, sua história e conceitos, promoção de vendas orientada para consumidores, bem como o comportamento do consumidor, suas teorias e motivações. Além disso, há um breve resgate conceitual sobre sociedade de consumo, construção de desejo e características de produto, objeto principal de comercialização, sem o qual não existiriam os compostos anteriores. A partir do levantamento realizado na revisão bibliográfica e da coleta de dados pôde-se identificar e analisar de forma concisa a problematização

proposta. A análise de conteúdo dos resultados aponta para a idéia de que no caso estudado o brinde muitas vezes influenciou na hora da compra, por vezes até condicionou o comportamento, alavancando o número de vendas do produto.

Palavras-chave: Promoção de vendas. Brindes. Comportamento do consumidor.

13. Ecoando - Educação e Atitude

Juliana Penteado (UNESP)

O projeto tem por título “Ecoando: Educação e Atitude”. Por ser veiculado pela webrádio UNESP Virtual, o nome do projeto valorizou, em conjunto com a semântica, a sonoridade, aspecto importante do universo radiofônico. Ao perceber que o meio ambiente é tratado pela mídia em geral como assunto inferior, estabelecemos para este projeto uma abordagem profunda de questões ambientais, tais como: os diversos tipos de poluição, a perda da biodiversidade, o tratamento de esgoto, a reciclagem, a diminuição de água potável, a desertificação. Além de expor os problemas com base em pesquisa em livros, sites e teses voltados para a questão ambiental, apresentaremos ações possíveis para modificar o problema discutido no programa. Como o próprio nome do projeto explicita, além da educação, valorizamos a atitude.

Palavras-chave: Comunicação. Educação. Atitude.

14. Responsabilidade Social, Comunicação Intercultural e Excelência em Relações Públicas: Estudo de Caso Discovery na Escola

Ariane Talita Buzanello (UNESP), Dalva Aleixo Dias (UNESP)

O trabalho trata das relações entre a Responsabilidade Social, a Comunicação Intercultural e a Excelência em Relações Públicas, tomando como estudo de Caso o Projeto Discovery na Escola, desenvolvido em treze países da América Latina, incluindo o Brasil. A análise parte do processo de internacionalização do mercado que resultou em um cenário de exclusão social e grande diversidade cultural, o que, por sua vez influencia as



empresas a desenvolverem novas formas de relacionamento com seus públicos. Por um lado as empresas têm trabalhado no sentido de suprir parte das demandas sociais já não mais assumidas pelo Estado e por outro têm buscado novas formas de se comunicar frente à diversidade de interlocutores, usando para isso estratégias de Responsabilidade Social e Comunicação Intercultural. Frente a este contexto os profissionais das Relações públicas buscam, além da excelência do seu trabalho, a democratização da comunicação, atuando na esfera públicas por meio da articulação entre os atores sociais ligados ao Estado, ao Mercado e à Sociedade Civil, no sentido de dar-lhes voz e usar a comunicação como forma de induzir a ação social.

Palavras-chave: Comunicação. Responsabilidade Social. Educação.

15. Especificidades da Direção de Arte em Programas Infantis

Leticia Silva Castro (UNESP)

A pesquisa intitula-se “Especificidades da Direção de Arte em Programas Televisivos Infantis” e tem por objetivo analisar quais cuidados a Direção de Arte deve ter ao ser feita para um programa direcionado ao público infantil. A Direção de Arte é responsável pela linguagem plástica de uma obra audiovisual. Serão analisados o uso das cores, texturas, cenários, figurinos, objetos de cena.

Palavras-chave: Comunicação. Televisão. Direção de arte.

16. Pau a Pixel – Produção

Vanessa Scalon Peres (UNESP)

Produzir para televisão significa organizar a realização da peça audiovisual, impulsionando o projeto desde a idéia inicial até a venda ou transmissão do produto. O produtor supervisiona cada etapa da realização: o roteiro, o orçamento, a decupagem técnica do roteiro, o cenário, o figurino, a gravação, a edição, a sonorização, dublagem, o casting, a finalização, as locações, os testes de videotape, os ensaios. O produtor deve ter habilidades que vão da criatividade até domínio técnico, pois necessita de conhecimentos básicos das diversas áreas para conseguir assisti-las. O produtor precisa ter grande facilidade para resolver

problemas que apareçam de última hora, sempre com muita calma. Como ponto de referência para toda a equipe, o produtor deve estar presente durante todo o processo para responder a qualquer dúvida que venha a surgir durante a pré-produção, a produção ou a pós-produção, seja do câmara, do iluminador ou do diretor. Precisa estar atento a tudo o que acontece no mundo em relação à produção audiovisual além de saber sempre o que tem de melhor e mais barato no mercado. Nessa pesquisa serão apresentados estudos teóricos e práticos sobre a produção audiovisual. Detalhando problemas e possíveis soluções. Este estudo será realizado a partir da experiência na produção do programa Pau a Pixel, projeto de extensão desenvolvido, desde 2002, pela Profa. Dra. Letícia Passos Affini, na UNESP _ FAAC – Departamento de Comunicação Social - o projeto recebe apoio da PROEX (Pró-reitoria de Extensão) e do programa “Ciência na UNESP”.

Palavras-chave: Comunicação. Televisão. Produção televisiva.

17. Pau a Pixel - Direção de arte

Danusa Beleze (UNESP)

O programa de TV Pau a Pixel vem sendo desenvolvido desde 2002 como projeto de extensão que exhibe na TV Câmara – Canal 10 NET Bauru, os vídeos produzidos pelos alunos da FAAC - UNESP Bauru. A pesquisa visa descrever a função da direção de arte, enfatizando sua importância no resultado final do produto, abordando a coordenação das diferentes equipes formadas por diversos profissionais que realizam os ideais estéticos do diretor.

Palavras-chave: Comunicação. Televisão. Direção de arte.

18. Pau a Pixel - Direção

Natália Dias Torres (UNESP)

O programa de TV Pau a Pixel vem sendo desenvolvido desde 2002 como projeto de extensão que exhibe na TV Câmara – Canal 10 NET Bauru, os vídeos produzidos pelos alunos da FAAC - UNESP Bauru. A pesquisa visa

desenvolver detalhadamente o papel do diretor em todas as etapas da realização do projeto, enfatizando a pré-produção, pois é nesta etapa que é concebida toda a unidade do programa.

Palavras-chave: Comunicação. Televisão. Direção.

19. Crises Empresariais: ameaças ou oportunidades?

Dalva Aleixo Dias (UNESP), Ana Lúcia Pereira Silva (UNESP)

Em tempo de crises numa organização, as oportunidades surgem tanto quanto as dificuldades. Nesta hora, as ações da empresa devem ser planejadas de modo que todas as ações estejam voltadas para a recuperação de sua reputação. Mas, os que vêm nas crises apenas uma fonte de problemas, se esquece que ela também pode ser uma fonte de oportunidade da empresa se reerguer no mercado e assim se estabelecer novamente como uma organização de qualidade, credibilidade e respeito por seus consumidores.

A gestão criteriosa e bem planejada de uma crise tem a oportunidade de atenuar o seu significado negativo da cobertura midiática, e inclusive com a oportunidade de lançar mensagens positivas sobre a empresa, seus produtos, serviços e a sua responsabilidade social. Deve-se pensar que não é por acaso que na medicina crise é um momento de morrer ou curar-se e em uma civilização milenar como a chinesa, o seu ideograma foi composto pela junção de dois símbolos: o de “perigo” e o de “oportunidade”.

Palavras-chave: Comunicação. Relações Públicas. Gerenciamento de crises.

20. A busca pela excelência e mensuração de resultados: a contribuição do profissional de relações públicas na gestão do desempenho

Vivian Castelli Bertasso (UNESP)

A constante mudança no cenário econômico e social afeta de forma certa o comportamento das organizações. Com o aumento da competitividade e da conquista por mercados as empresas caminharam rumo ao racionalismo econômico buscando mensurar resultados e alternativas inteligentes para analisar seus esforços. Ser dinâmico, inovador,

competitivo e ter tecnologia são fatores indispensáveis para a sobrevivência empresarial. Dentro desta perspectiva dois professores da Havard Business School, Robert Kaplan e David Norton, desenvolveram um modelo de gestão considerado uma das mais importantes e revolucionárias práticas de gestão dos últimos 75 anos: O Balanced Scorecard. Isto porque além do modelo auxiliar a mensuração de resultados ele monitora o alcance para a valoração das organizações. Devido a magnitude do tema este ensaio tem o objetivo de apresentar o Balanced Scorecard, um modelo de gestão de desempenho, como uma resposta ao alcance da competitividade, a excelência empresarial, a criação de valor singular nas corporações e, de certa forma, uma alternativa para a mensuração de resultados organizacionais. Para maior fundamentação teórica a pesquisa utilizou conceitos da comunicação excelente de Grunig e Hunt e das Relações Públicas a fim de apresenta ações de comunicação como um elo para a otimização nos processos. É notório lembrar que os estudos na área de comunicação, desempenho e mensuração possuem pouca produção científica sendo um tema recente tanto no ambiente acadêmico quanto no ambiente organizacional. A mensuração de resultados em Comunicação ganhou destaque na academia com a publicação do segundo número da Revista Organicom no ano de 2005, uma revista da Pós-Graduação da Universidade de São Paulo (USP) especializada em Relações Públicas. A importância do tema e a pequena produção científica focalizaram olhares para a necessidade de novos e constantes estudos nesta área. Desta forma com o intuito de ampliar conceitos surgiu a idéia de propor uma visão sobre gestão de desempenho, Balanced Scorecard, mensuração de resultados e os impactos desses processos fazendo uma relação com a Comunicação e as Relações Públicas. Este Trabalho não tem a pretensão de ser um manual de mensuração de resultados, nem muito menos um manual de uso do Balanced Scorecard. Na verdade, o grande prestígio é propor um olhar atento aos modelos de gestão que geram valor singular e contribuem para mensuração de ativos intangíveis, ativos os quais a comunicação organizacional constantemente usufrui. Para melhor compreensão a pesquisa foi dividida em três capítulos. O primeiro é uma leitura sobre o cenário moderno e globalizado, a era da

informação, a crescente competitividade organizacional e as conseqüências que este cenário provocou nos modelos de gestão dando ênfase para a valoração, aos ativos intangíveis e a comunicação excelente. O segundo capítulo apresenta o Balanced Scorecard particularizando suas características e a importância da comunicação no processo de implementação do mesmo. O terceiro capítulo discute a necessidade de mudança cultural em processos de implementação de novos modelos de gestão evidenciando a colaboração das Relações Públicas como alternativa para a sustentabilidade das mudanças organizacionais. As atividades de Relações Públicas Excelentes são fundamentais para a compreensão, análise e discussão dos temas levantados neste ensaio e devem ser considerados conceitos que particularizam e promovem o desenvolvimento das análises. **Palavras-chave:** Comunicação. Relações Públicas. Gestão do desempenho.

21. As Relações Públicas na Gestão da Imagem Organizacional

Caroline Souza de Oliveira (UNESP)

O trabalho trata da importância crescente da gestão dos ativos intangíveis para as organizações, como a reputação, a identidade e, em especial, a imagem corporativa. Discuti a relevância desta gestão por meio de processos comunicativos, de ações concretas junto às organizações e de melhorias nos processos de relacionamento com os diversos públicos. Os conceitos e reflexões sobre imagem organizacional, identidade, reputação, mensuração etc. são apoiados em visões de diversos autores como Margarida Kunsch, Maria Ester de Freitas, Roberto Porto Simões, Luiz Alberto de Farias, Wilson da Costa Bueno, Mário Rosa, Valéria de Siqueira Castro Lopes entre outros. Além disso, o estudo pretende demonstrar que o Relações Públicas é um profissional capacitado para gerir a imagem organizacional com eficácia e eficiência, destacando sua autoridade na gestão da imagem, especialmente, junto as atividades de mensuração de resultados e planejamentos estratégicos em programas de comunicação. **Palavras-chave:** Comunicação. Relações Públicas. Imagem organizacional.

22. Zona Erógena – Sexo, Saúde e Comportamento na Rádio

Elaine Trevisan Mendonça (UNESP), Grazielle Shimizu Aleixo (UNESP)
Julia Formis Giglio (UNESP), Luciana Oliveira Paulino (UNESP), Paula Bastos da Silva (UNESP), Thiago Alves de Souza (UNESP), Vinicius Santos Lousada (UNESP)

Pode-se dizer que para muitos, o sexo continua sendo um tabu e falar de sexo nem sempre é fácil. Com esse pensamento em mente, percebemos que não existem programas radiofônicos que abordem o tema “comportamento sexual e saúde”. O rádio é um dos veículos de comunicação que mais atinge a massa e nosso intuito ao desenvolver este programa, é levar o conhecimento e a informação para nossos ouvintes, em especial, o jovem. O Zona Erógena pretende levar informação, suscitar a curiosidade, o conhecimento e a discussão sobre os temas abordados nos programas de maneira que o ouvinte sinta-se a vontade para opinar e participar. O Zona Erógena é um programa radiofônico da Web Rádio UNESP Virtual. O programa é apresentado ao vivo, quinzenalmente e tem trinta minutos de duração. A linguagem é informal e descontraída, a fim de atingir o jovem, principalmente o público universitário. É apresentado com muita descontração por três locutores, sendo duas mulheres e um homem. Para todo programa, é feita uma reunião de pauta em que toda a equipe participa para a escolha de um tema. As tarefas então são divididas e um deadline é estipulado. A estrutura do programa conta com 1 editora-chefe, 2 produtores, 1 relações públicas, 2 repórteres, 3 apresentadores e 1 diretor de estúdio. A sonoplastia conta com fundo musical (BG), vinhetas, característica e repertório musical de três músicas por programa. O formato de produção é ao vivo, gravado com espelhos e ficha de produção. O texto não é roteirizado, de forma que os apresentadores devem pesquisar sobre os assuntos que serão abordados para terem repertório. O programa é dividido em quatro quadros, sendo eles: - Sexquete: uma pesquisa de opinião é feita com pessoas sobre o tema que será abordado no programa. Os resultados são divulgados e comentados ao vivo. Esse quadro nos dá um contato direto com o público que nos expõe sua opinião, nos direcionando no que realmente precisa ser informado e esclarecido; - Papo-

Cabeça: momento em que as notícias jornalísticas são transmitidas, seja em forma de boletim, boletim com entrevista ou apenas entrevista para posteriormente, serem comentadas pelos apresentadores, o que nos leva ao jornalismo opinativo; - Ponto Paris: o quadro foca em uma das apresentadoras que traz mais esclarecimentos e curiosidades sobre o assunto que está sendo abordado na atual edição; - Sexylist: uma dica de literatura, arte, filme, site ou algo do gênero sobre o tema que está sendo discutido no programa é fornecido ao leitor para que o mesmo possa aprofundar seus conhecimentos. Pode-se dizer que o programa é opinativo por conter discussão e opinião dos apresentadores sobre o tema que está sendo abordado. Para Ferrareto, “opinar significa expressar uma visão determinada a respeito da realidade”. Sobre o jornalismo opinativo, ele diz: “O poder de opinar em uma transmissão radiofônica é exercido pelo comentarista, que intervém nos programas em espaços bem marcados e delimitados, e pelo âncora, um tipo de apresentador que, além de coordenar o seu espaço na programação, tece considerações, esclarece, interpreta e emite opiniões, procurando situar o ouvinte. (FERRARETO, 2001 p. 280)” Para expandir nosso contato com o público, foi feito um blog para que haja certa interação entre a equipe do programa e os ouvintes. Os programas, após serem transmitidos ao vivo, são disponibilizados no blog, como um podcast, dando ao ouvinte a opção de simplesmente ouvir o programa novamente ou de baixá-lo por meio de download. Os resultados têm sido muito positivos. O Zona Erógena está com uma média de quase cem ouvintes por programa, o que é um número consideravelmente alto, tratando-se de uma rádio virtual universitária. Os ouvintes têm interagido conosco por meio do blog com comentários e depoimentos em que sugerem músicas, temas e enviam suas dúvidas para os próximos programas. O blog tem um papel fundamental para sabermos se o programa está agradando, se está sendo interessante e informativo, além de possibilitar ao ouvinte uma maior interação com a equipe, a fim de escolher temas que sejam mais relevantes para nosso público-alvo. Percebe-se que há realmente uma carência de informação na área de comportamento sexual para o jovem. O tema é muito amplo, interessante e há uma infinidade de assuntos que podem ser abordados. O programa de rádio dá ao ouvinte a

sensação de proximidade, de diálogo e isso é que faz com que o retorno do público venha. Dessa forma, estando em contato com nossos ouvintes, podemos cada vez mais trabalhar em cima de nossos erros, aprender e melhorar a qualidade de nosso programa.

Palavras-chave: Comunicação. Radiojornalismo. Sexo. Saúde. Comportamento.

23. Aprendendo e produzindo propagandas nos cursos de Jornalismo e Radialismo: Relato do projeto experimental MINUTO CONSCIENTE, produto radiofônico da Agência PropagAção

Lara Vendramini de Figueiredo Silva (UNESP), Bernardo Marquez Alves (UNESP), Lucilene dos Santos Gonzales (UNESP), Natasha Louise Bin de Campos (UNESP), Denise Businaro Aiello (UNESP)

Este trabalho visa relatar as atividades de um projeto experimental inédito nos cursos de Jornalismo e Rádio e TV: o Minuto Consciente, propagandas radiofônicas produzidas pela Agência PropagAção; também projeto de extensão experimental. Todo o processo de produção do Minuto Consciente é feito por alunos de Comunicação Social da FAAC, que não oferece justamente a habilitação exigida para esse trabalho: Publicidade e Propaganda. Seu público são os ouvintes da Rádio UNESP FM, parceira do projeto desde novembro de 2007. Este relato, portanto, é uma pesquisa descritiva.

Palavras-chave: Comunicação. Publicidade. Radialismo.