

ENCONTRO

O dever de comunicar

Workshop sobre as mídias da USP, realizado em Piracicaba, reúne os profissionais de comunicação da Universidade

ELIETE VIANA E ERIKA YAMAMOTO

Com o tema “Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP. O que Faz? Como Podemos Interagir?”, o Grupo de Gestão da Comunicação (Gecom) da USP promoveu, no dia 12 de junho, no Edifício Central da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq), o primeiro de uma série de workshops sobre comunicação que deverão ser realizados durante o ano, como parte das atividades do Gecom.

O principal propósito do workshop foi o de apresentar as estruturas e as atividades desenvolvidas pelas equipes da SCS aos profissionais que atuam na área de comunicação da Universidade e discutir as ações que podem ser desenvolvidas em conjunto. “Serve para estreitar e manter o contato entre a SCS, as unidades de ensino e pesquisa e os vários órgãos centrais”, destaca a presidente da Comissão Organizadora do Gecom e chefe técnica da Divisão de Mídias Online, jornalista Marcia Blasques, na abertura do evento.

As diversas mídias da SCS tiveram a oportunidade de expor e comentar o trabalho realizado e a evolução de cada veículo ao longo dos anos. Representando o Jornal da USP, o repórter Paulo Hebmüller definiu o veículo como o primeiro jornal universitário do Brasil dedicado a divulgar assuntos acadêmicos e científicos. Criado em 1985, o jornal publicou, neste mês de junho, sua milésima edição. O repórter ressaltou que, para maior interação com as unidades e as suas assessorias de imprensa, é importante que o jornal receba pautas exclusivas e não apenas os mesmos press releases que são enviados para todos os lugares. Atualmente, o jornal é semanal e seu fechamento ocorre às quartas-feiras.

Para que as informações administrativas da Universida-



O encontro em Piracicaba: por uma comunicação cada vez mais eficiente

de chegassem a todos de forma mais compreensiva e acessível, foi criada, em 1995, a revista Espaço Aberto. “A revista surgiu para diminuir a distância entre as diversas unidades e os campi da USP, com o intuito de mostrar as pesquisas feitas pela Universidade e como elas afetam diretamente a vida de seus docentes e funcionários”, revela a jornalista Cinderela Caldeira, editora da publicação desde o seu começo. Atualmente na 150ª edição, a revista é mensal e tem 32 páginas coloridas.

Outra mídia impressa da SCS é a Revista USP, que discute e aprofunda determinado tema sob perspectiva multidisciplinar. Publicada trimestralmente desde 1989, a revista traz, numa média de 160 páginas, reflexões que transitam pelas diversas áreas do conhecimento. O tema é definido pelo conselho editorial, composto por dez conselheiros e o superintendente de Comunicação Social, que escolhem e convidam os colaboradores para escreverem os artigos. O veículo também é aberto a receber textos espontaneamente, que podem ser publicados, desde que atendam às normas da revista. Durante a apresentação, o editor da Revista USP, jornalista Francisco Costa, ressaltou que a publicação “possibilita o debate plural e traz a opinião de especialistas da USP e de fora da Universidade” e adiantou que, para a 100ª edição,

que deve ser lançada em fevereiro de 2014, quando completará também 25 anos de existência, o veículo publicará um especial sobre educação.

Na rede – “A vitrine da USP na rede.” Foi assim que a chefe técnica do USP Online, jornalista Luiza Caires, iniciou sua apresentação sobre o Portal da USP. Criado em 1997, o portal funciona como um mapa, que organiza uma imensa quantidade de informações sobre a Universidade. Ele abriga uma página com a relação de eventos que são realizados na Universidade – aproximadamente 500 são cadastrados mensalmente; realiza o atendimento à imprensa por meio de uma Base de Especialistas; mantém, pelo Fale Conosco, um relacionamento on-line com toda a sociedade; e disponibiliza o Banco de Imagens. Além de escrever as informações contidas no Portal, a equipe também produz matérias inéditas, videoreportagens e fotorreportagens. Para ampliar a divulgação científica da Universidade, surgiu, em 1996, a Agência USP de Notícias. “A sociedade tem o direito de saber o que é feito, principalmente, em relação à pesquisa”, afirmou o chefe técnico da Agência, jornalista Antonio Carlos Quinto. Em sua apresentação, Quinto mostrou o caminho percorrido pela notícia veiculada através da Agência até chegar ao público em

geral. A equipe do veículo busca informações exclusivas sobre as pesquisas realizadas nas unidades e elabora um boletim diário que é enviado a mais de 5 mil assinantes cadastrados, entre estudantes, profissionais liberais e jornalistas, e estes últimos as utilizam como fonte de informação para a produção de suas matérias.

“O produto da Agência são as matérias sobre as pesquisas da Universidade, que proliferam de maneira satisfatória na TV, rádio, jornais de São Paulo e também de outros Estados do Brasil”, destaca Quinto, que, ao final de sua apresentação, reiterou aos profissionais da área de comunicação das unidades que o veículo está aberto ao recebimento de pautas, indicações e dúvidas sobre o que pode gerar uma notícia.

Som e Imagem – Com a TV USP, no ar há 15 anos, a Universidade está presente no Canal Universitário, “e hoje tem quatro canais temáticos para cobrir as diversas áreas do conhecimento: Saúde, Tecnologia, Ciência e Arte e Cultura, cujo conteúdo também é disponibilizado no site do IPTV”, destaca o chefe da Divisão de Mídias Audiovisuais e responsável pela TV, jornalista Pedro Ortiz, no cargo desde 2002. Essa convergência de mídias também foi um assunto comentado pelo chefe da Divisão de Radiodifusão e responsável pela Rádio USP, jornalista Celso dos Santos Filho, ressaltando que “a integração com as outras mídias e as unidades da USP é importante para a produção de conteúdo”. A Rádio USP foi inaugurada em 1977 e hoje tem 92 programas.

“Dar visibilidade para a Universidade em áreas prioritárias” foi o objetivo da criação, há 13 anos, da Divisão de Relações Públicas, Marketing e Publicidade, afirma o chefe dessa divisão, jornalista Lupercio Tomaz.

O trabalho dessa área consiste em ajudar a produzir relatórios de gestão, logotipos e o Manual do Calouro; assessorar as unidades da USP em eventos, como o próprio Gecom realizado em agosto de 2012; participar de eventos para a divulgação do nome da Universidade, como em feiras de estudantes e a Bical do Livro.

O grupo – Este primeiro workshop de gestão da comunicação foi coordenado pelos representantes dos campi de Piracicaba, Bauru e Pirassununga, respectivamente, Luciana Joia de Lima, Marianne Ramalho Ferreira e Regis Gonçalves. O próximo será realizado nesta quinta-feira, dia 27 de junho, das 14h30 às 17h30, no Auditório Professor José Geraldo Massucato da Escola de Educação Física e Esporte (EEFE), na Cidade Universitária, em São Paulo. Com o tema “A Universidade Sabe se Comunicar?”, esse segundo workshop será coordenado pela assessora de Imprensa da USP, Adriana Cruz, e terá como objetivo trocar experiências e discutir as iniciativas de comunicação desenvolvidas pelos profissionais que atuam na área de assessoria de imprensa nas outras universidades estaduais paulistas e na Secretaria Estadual de Educação.

Os workshops fazem parte das atividades do Gecom, cujo início foi marcado por um encontro promovido nos dias 23 e 24 de agosto passado, na cidade de Itupeva, São Paulo. Os profissionais de comunicação tiveram a oportunidade de assistir a palestras proferidas por professores e especialistas da área sobre planejamento estratégico, uso de novas tecnologias e divulgação científica, além de discutir temas-chave da comunicação na Universidade.