RESUMOS COM RESULTADOS 1091
RESUMOS DE PROJETOS 1098
RELATOS DE EXPERIÊNCIA 1114
ARTIGOS COMPLETOS (RESUMOS) 1118

RESUMOS COM RESULTADOS

DIÁLOGOS RADIOFÔNICOS ENTRE A GASTRONOMIA E O JORNALISMO 1092

IMPLANTAÇÃO DA REVISTA DIGITAL PRISMA COMO ESPAÇO ACADÊMICO DE APRENDIZAGEM NA FACOPP 1093

JOGO DE TIROS/PERGUNTA E RESPOSTA: METABOLISMO DO COLESTEROL E LIPOPROTEÍNAS .. 1094

JORNAL MURAL: UMA AÇÃO INTERDISCIPLINAR 1095

O CAMPESINATO E A MÍDIA NA REGIÃO DO PONTAL DO PARANAPANEMA 1096

VESTIBULAR UNOESTE: RECEPÇÃO GASTRONÔMICA 1097

Extensão (ENAEXT) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação oral Comunicação

DIÁLOGOS RADIOFÔNICOS ENTRE A GASTRONOMIA E O JORNALISMO

FELIPE OLIVEIRA KLEBIS - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
JOSIANE BARCELLOS FERREIRA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
MARA REGINA DA SILVA E SOUZA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
MÁRCIA JOSEPHA CORRAL TACACI - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
PEDRO DA COSTA FERNANDES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
TCHIAGO INAGUE RODRIGUES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Entende-se que o homem, desde os primórdios, concebeu a sua alimentação como algo que vai além da simples satisfação de suas necessidades básicas. A elaboração e a preparação de alimentos é algo inerente ao ser humano. Soma-se à alimentação, a linguagem, permeada entre a comunicação verbal e a não verbal, elementos importantes que ajudaram a consolidar a espécie humana tal como a concebemos. Assim, esse projeto de extensão lança mão de duas importantes habilidades nas quais o homem desde os primórdios desenvolveu e aprimorou: o ato de alimentar e o de comunicar. Desse modo, buscamos associar a Gastronomia com a Ciência da Comunicação Social por meio de um produto radiojornalístico no qual produziu informações relevantes sobre a arte de cozinhar. Produzir informações radiojornalísticas com informações e sugestões sob a perspectiva da gastronomia; Otimizar a alimentação diária não focalizando apenas sob o viés nutricional dos alimentos; Despertar o interesse na arte gastronômica;Informar e contextualizar os ouvintes sobre os fatos que ocorrem no meio gastronômico; Transmitir sugestões e informações que possibilitem ao ouvinte o consumo de produtos de modo consciente e crítico. A metodologia empregada para este projeto é a pesquisa-ação. De acordo com Michel Thiollent (2012), é uma pesquisa que focaliza determinada situação ou problema, no qual os participantes envolvem-se de modo cooperativo ou participativo. Essa metodologia requer a conciliação tanto na área da pesquisa quanto da prática. O programa piloto pode ser acessado através do link: https://soundcloud.com/wrffacopp/programa-na-cozinha-curso-de-gastronomia-e-comunicacao-social-da-unoeste. A partir do programa piloto desenvolvido na Rádio Facopp intitulado por "Na cozinha" espera-se dar continuidade a esse projeto de extensão no próximo semestre. Com a veiculação deste produto radiojornalístico, a comunidade pode ter mais informações e instruções de como se alimentar bem e de modo criativo, a partir da perspectiva dos estudantes de gastronomia. Além da produção de conteúdos jornalísticos, é interessante notar que os gastrólogos recorreram aos aprendizados que obtiveram nas disciplinas do curso, especialmente na intitulada "Habilidades em Comunicação". Pois, para produzir o material jornalístico, buscaram embasamento nos conhecimentos que foram transmitidos ao longo dessa disciplina que abordou conceitos que vão desde as funções da linguagem (Roman Jakobson), comunicação verbal e não-verbal, à produção de textos verbais (dissertações, resenhas, resumos). Unoeste

Pesquisa (ENAPI)

Comunicação oral

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação

IMPLANTAÇÃO DA REVISTA DIGITAL PRISMA COMO ESPAÇO ACADÊMICO DE APRENDIZAGEM NA FACOPP

THAIS FERREIRA DOS SANTOS - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
THAMIRES FERREIRA DOS SANTOS - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Esta pesquisa apresenta um estudo para a elaboração e criação do laboratório de revista digital Prisma na Faculdade de Comunicação Social "Jornalista Roberto Marinho" de Presidente Prudente (SP), da Universidade do Oeste Paulista. Estabelece os processos de criação e implantação do novo espaço acadêmico com base no proposto pelo Trabalho de Conclusão de Curso "Revista Prisma: uma proposta de jornalismo interpretativo e multimidiático na web", defendido em 2013 e aprofundado na atual pesquisa por meio de análises de revistas digitais jornalísticas e de entretenimento. Foi empregado método tipológico e as técnicas de pesquisa-ação, análise documental e entrevistas em profundidade do tipo semiaberta. A peça prática, a implantação do laboratório, é comprovada através da atualização mensal do site desenvolvido em parceria com a Coordenadoria de Web da Unoeste, este espaço laboratorial visa fornecer a oportunidade de atrelar os conhecimentos teóricos a respeito de jornalismo on-line, multimidiático e interpretativo com a prática da profissão. Objetivo geral: Implantar a revista Prisma na Facopp a partir da constituição de um laboratório de revista digital que trabalhe com conteúdo multimidiático e interpretativo. Objetivos específicos: A partir do projeto piloto da revista Prisma, operacionalizar a constituição do espaço acadêmico voltado a produções interpretativas; Analisar publicações brasileiras no formato de revista digital; Discutir como um laboratório de revista digital supervisionado contribui na formação de conhecimento durante a graduação; Colocar em prática os conceitos de jornalismo on-line na plataforma revista, assim como o que foi aprendido ao longo do curso; Entender a possibilidade de interação e a participação dos internautas no desenvolvimento e aprofundamento das matérias. Tendo em vista os objetivos que os pesquisadores visam alcançar, será utilizada a pesquisa qualitativa, usará o método tipológico e a pesquisa-ação. A análise atual utilizará a pesquisa bibliográfica, entrevista em profundidade semiaberta. O Projeto Editorial da Revista Prisma criou um parâmetro de orientação para futuras produções do gênero dentro da academia. A revista Prisma é abastecida pelos estudantes/estagiários em um sistema aberto aos administradores, no caso os membros da equipe Prisma. A linguagem da Prisma explora o jornalismo interpretativo, busca o aprofundamento dos fatos por meio de recursos multimidiáticos e as novas edições tem o objetivo de permanecer com produções de reportagens que tratem de temas próximos ao público da Facopp. O aprimoramento e desenvolvimento da Revista Prisma como laboratório acadêmico buscou na presente pesquisa embasamento para sua real efetivação em estudiosos sobre jornalismo interpretativo, e das mídias incorporadas ao ambiente digital. Essa pesquisa atrelada à peça prática poderá nortear futuros pesquisadores quanto à grandiosidade e o universo ainda inexplorado do jornalismo na internet. Não possui

Ensino (ENAENS) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral Comunicação

JOGO DE TIROS/PERGUNTA E RESPOSTA: METABOLISMO DO COLESTEROL E LIPOPROTEÍNAS

LEANDRO LOPES HAIDAMUS - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
FERNANDA SUTKUS DE OLIVEIRA MELLO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

A disciplina de Bioquímica, nos cursos de níveis superiores na área da saúde, por ser uma ciência que estuda a nível microscópico as moléculas e suas transformações químicas (metabolismo) que ocorrem nos seres vivos é, portanto, pouco observáveis pelos alunos. Assim, é comum que os estudantes se sintam desinteressados pelo estudo da Bioquímica, porque não conseguem perceber as relações dos conteúdos da disciplina com as suas aplicações na prática profissional. Nesse sentido, a utilização de sistemas multimídias, que constituem uma rede de informações composta por áudio, vídeo, base de dados textuais e gráficos com tecnologia da informática de natureza sequencial, tem proporcionado ao aluno uma nova dinâmica na construção do conhecimento e na aprendizagem dos conteúdos da disciplina de Bioquímica.Os jogos, do tipo sequência lógica, são exemplos de sistemas multimídias que estimulam a autoavaliação, a autoaprendizagem e facilita a educação continuada, porque supõe-se que no ato de jogar o aluno se motive e se sinta desafiado a buscar nas fontes informações os conhecimentos necessários para completar o jogo.Assim, o presente trabalho objetiva a criação de um jogo de obstáculos virtual, que permita uma interação do aluno com um ambiente virtual contendo elementos do conteúdo da disciplina de Bioquímica: metabolismo do colesterol e lipoproteínas, como atividade de fixação de conteúdo. Introduzir sistemas multimídias ao ensino de Bioquímica com a produção de uma mídia digital interativa do tipo jogo, visando estimular o processo ativo de aprendizagem do próprio aluno. O conteúdo que se abordou nesse jogo foi Metabolismo do Colesterol e das Lipoproteínas.Na elaboração e animação dos elementos do jogo utilizou-se o programa Adobe Flash Professional CC 2014 e na criação do jogo utilizou-se o programa Construct 2 versão para HTLM5. Trata-se de um Trabalho de Conclusão de Curso de Pós-Graduação Lato Sensu, apresentado como parte dos requisitos para para obtenção do título de Especialista em Mídias Digitais e Interativas. O jogo possui uma fase onde o jogador, representado pelo personagem de uma cápsula do fármaco estatina, não poderá deixar que se complete a formação da placa de ateromas na parede do vaso sanguíneo. Para isso, o jogador deverá atirar para destruir as moléculas de LDL (vilão) e responder questões de múltipla escolha relacionadas ao metabolismo do colesterol e das lipoproteínas. O jogo termina se o jogador acertar todas as questões e atingir 900 pontos, caso não atinja esse valor e perca todas as "vidas", o jogador deverá realizar o Game Over. O presente jogo pedagógico,através dos seus efeitos visuais e sonoros,desperta o interesse do aluno e aumenta a sua capacidade de interação,facilitando a aprendizagem. O jogo Metabolismo do Colesterol e Lipoproteínas promove uma interação do jogador com o jogo e estimula sua autoaprendizagem. O jogo auxilia na fixação de conceitos básicos sobre metabolismo do colesterol e lipoproteínas.

Ensino (ENAENS) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Poster Comunicação

JORNAL MURAL: UMA AÇÃO INTERDISCIPLINAR

GISELLE TOMÉ DA SILVA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
FABIANA ALINE ALVES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
FERNANDA SUTKUS DE OLIVEIRA MELLO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
ROBERTO APARECIDO MANCUZO SILVA JUNIOR - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

A sociedade atual exige que a universidade não somente capacite os estudantes para futuras habilitações nas especializações tradicionais, mas principalmente, que tenha em vista a formação dos mesmos, para desenvolver suas competências e habilidades em função de novos saberes que se produzem, formando assim um novo tipo de profissional. No curso de comunicação social habilitação em Jornalismo, uma característica bastante acentuada é a associação entre teoria e prática. Nessa perspectiva, para que o discente adquira novas habilidades, é necessário trabalhar com práticas pedagógicas voltadas para a formação do aluno, utilizando-se de conteúdos interdisciplinares e contextualizados. A interdisciplinaridade surge em decorrência da diversidade de várias disciplinas, respeitando a identidade individual de cada uma delas, a favor de concepções coletivas. Diante desse cenário, percebemos a importância do trabalho coletivo entre as disciplinas Técnicas Jornalísticas II, Produção Gráfica II, Jornalismo Impresso II e Foto Jornalismo II. Construir, juntamente com os discentes do 3º termo de Jornalismo, um jornal Mural com cunho informativo para divulgação de matérias relevantes de Presidente Prudente e região. Para a elaboração do Jornal Mural foi realizado a simulação da rotina jornalística como: produção de pauta, entrevistas jornalísticas, produções de textos, fotografias e gráfica. O trabalho permitiu preparar os discentes para atividades de ensino e extensão capacitando-os para um trabalho coletivo entre as diversas áreas encontradas na profissão. O resultado obtido desse trabalho interdisciplinar foi a concepção do Jornal Mural do 3º termo de Jornalismo. O trabalho foi exposto no corredor da faculdade. O trabalho permitiu uma reflexão permanente dos alunos em relação à rotina jornalística de um veículo de comunicação impressa. Os docentes puderam trabalhar de maneira interdisciplinar, identificando assim as dificuldades dos discentes e solucionando os problemas encontrados no decorrer do processo jornalístico. Por meio do projeto interdisciplinar os discentes puderam colocar em prática o que aprenderam em sala de aula nas disciplinas de Fotojornalismo I, Produção gráfica II, Técnicas Jornalísticas II e Jornalismo Impresso II.

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação oral Comunicação

O CAMPESINATO E A MÍDIA NA REGIÃO DO PONTAL DO PARANAPANEMA

BIANCA APARECIDA DOS SANTOS - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
MUNIR JORGE FELÍCIO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Este projeto de pesquisa analisa a questão agrária na Região do Pontal do Paranapanema e para que isso aconteça não pode faltar a investigação sobre o avanço do capital, bem como as estratégias do campesinato que procura se recriar para poder existir. Verifica-se, portanto, a enorme importância sobre o papel midiático tanto para ampliar a ideologia do capital, quanto para invisibilizar o campesinato, proporciona, por isso, aprimorar a compreensão de como se desenvolve a engrenagem midiática. O jornalista tem o papel de retirar da realidade o que mais lhe interessa e pode vir a interessar os seus leitores, a partir da realidade é extraída somente a parte aproveitável para as publicações, segundo os objetivos do veículo. Mas está nas mãos do editor o foco da matéria, desde a sua definição política de como deverá repercutir o fato na sociedade e de como transformar um acontecimento pequeno em um escândalo. Como é o caso, por exemplo, da abordagem da mídia em relação às manifestações do Movimento Sem Terra na Região do Pontal do Paranapanema. O objetivo desta pesquisa implica discutir o processo de invisibilização midiática do campesinato como parte do avanço da questão agrária no Pontal do Paranapanema. Por ter como uma das metodologias a pesquisa bibliográfica, foram reunidos diversos autores pela importância de suas contribuições para compreender a realidade do campesinato como, por exemplo, José de Souza Martins (1981); José Graziano Silva (1981); Ricardo Abramovay (1992); Munir Jorge Felício (2009) e Darlene Aparecida de Oliveira Ferreira (1998) - com suas compreensões distintas sobre o desenvolvimento territorial e a resistência do campesinato na sociedade. Para compreender o processo de desenvolvimento dos veículos de comunicação alguns autores foram imprescindíveis como: Bordenave (2006); Rossi (1994) e Marcondes Filho (1989). Fora utilizada também como fonte de análise veículos de comunicação impresso e online na busca por assuntos relacionados com o campesinato na região do Pontal do Paranapanema. No caso da região do Pontal do Paranapanema a mídia invisibiliza o campesinato para não garantir a sua visibilidade e importância frente à sociedade. Com a manipulação da informação ela distorce a realidade agrária do Oeste do Estado de São Paulo e retira o foco daqueles que buscam e reivindicam os seus direitos pelo trabalho e pela terra, atendendo somente os interesses daqueles que possuem o capital. Desmistificando a ideia de que a mídia é um espaço democrático construído por todas as classes. Ao contrário do que a mídia do Pontal do Paranapanema tenta expor aos seus receptores o campesinato não se extinguiu, eles lutam para que a sua cultura, tradição e identidade não sejam tão afetadas com a ação do capital, inclusive pela mídia.

Extensão (ENAEXT) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral Comunicação

VESTIBULAR UNOESTE: RECEPÇÃO GASTRONÔMICA

TCHIAGO INAGUE RODRIGUES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
MARA REGINA DA SILVA E SOUZA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
NELLISE COSTA PINHEIRO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
PEDRO DA COSTA FERNANDES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
MARIANA GONÇALVES SIQUEIRA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
WILLIAN CÉSAR DE SOUZA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Durante o vestibular realizado em novembro de 2014 os responsáveis e acompanhantes dos vestibulandos puderam degustar alimentos produzidos pelos alunos da Faculdade de Tecnologia em Gastronomia. O cardápio foi elaborado pelos discentes do curso sob a orientação do coordenador Ulisses Dias. A partir dessa experiência bem sucedida, o intuito deste projeto foi associar a extensão com a pesquisa e o ensino. No vestibular de inverno de 2015, o curso de Gastronomia ofereceu, nos dias 24 e 28 de junho, novamente alimentos aos responsáveis e acompanhantes dos vestibulandos. Essa ação gastronômica foi cadastrada como projeto extensivo interdisciplinar e, ao associá-la aos cursos da Faculdade de Comunicação Social da Unoeste (Facopp - Fotografia, Jornalismo), foi possível proporcionar ao evento maior notoriedade a partir das habilidades desenvolvidas pelos comunicólogos. Promover a recepção gastronômica aos responsáveis e acompanhantes dos vestibulandos; Registrar a partir de fotografias o evento; Documentar o evento a partir da confecção de material jornalístico; Produzir alimentos específicos para a degustação. A metodologia empregada para este projeto é a pesquisa-ação. De acordo com Michel Thiollent em "Metodologia da Pesquisa-ação" (2012), trata-se de pesquisa que focaliza uma determinada situação ou problema, na qual os participantes envolvem-se de modo cooperativo ou participativo. Essa metodologia requer a conciliação tanto na área da pesquisa quanto da prática. Promoveu-se um diálogo entre os discentes dos três cursos envolvidos. Os alunos da gastronomia confeccionaram os alimentos, os da fotografia registraram o evento e os discentes do jornalismo produziram material para o site da faculdade de comunicação - esses materiais jornalísticos estão disponíveis no Portal Facopp e na Rádio Web Facopp. A partir deste projeto de extensão, os alunos do curso de Gastronomia, Jornalismo e Fotografia puderam vivenciar na prática os seus ofícios.Espera-se repetir esta ação extensiva no próximo vestibular da Unoeste. UNOESTE - projeto de extensão cadastrado sob o número 01812/2015

RESUMOS DE PROJETOS

A UTILIZAÇÃO DO FOTOJORNALISMO NA IMPRENSA LOCAL 1099

AS CONVERGÊNCIAS DO HIPERTEXTO NA REDAÇÃO PUBLICITÁRIA ONLINE 1100

ASSESSORIA DE IMPRENSA E ATUALIZAÇÃO DIGITAL DO RELACIONAMENTO COM A MÍDIA: UM ESTUDO PARA RENOVAÇÃO DA SALA DE IMPRENSA DA FACOPP 1101

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO COMO UM CONCEITO SUSTENTÁVEL PARA UMA INCORPORADORA DA CIDADE DE PRESIDENTE PRUDENTE/SP 1102

EVGEN BAVCAR: TÉCNICAS FOTOGRÁFICAS DO NÃO-OLHAR 1103

IDENTIFICAÇÃO E ANÁLISE DE ERROS GRAMATICAIS COMETIDOS EM POSTAGENS NAS REDES SOCIAIS 1104

O ESPORTE UNIVERSITÁRIO COMO CONTEÚDO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL 1105

O JORNALISMO CULTURAL APLICADO EM UM BLOG PARA PRESIDENTE PRUDENTE E REGIÃO .. 1106

PROJETO PILOTO PARA A REVITALIZAÇÃO DE UM JORNAL IMPRESSO: IMPLEMENTAÇÃO DE TÉCNICAS JORNALÍSTICAS NA COMUNICAÇÃO CATÓLICA 1107

REGISTRO FOTOGRÁFICO DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS (PAA) EM UM ASSENTAMENTO NO OESTE PAULISTA 1108

REPORTAGEM MULTIMÍDIA: UM GUIA PARA A PRODUÇÃO DE INFOGRÁFICOS 1109

TV BANDEIRANTES DE PRESIDENTE PRUDENTE: PRIMEIRO CANAL DA CIDADE E SUA CONTRIBUIÇÃO NO SEGMENTO DA COMUNICAÇÃO 1110

USABILIDADE E INTERATIVIDADE: REFORMULAÇÃO DE UMA WEBRADIO UNIVERSITÁRIA 1111

VIDEODOCUMENTÁRIO SOBRE O JUBILEU DE OURO DO SEMINÁRIO DIOCESANO NOSSA SENHORA MÃE DA IGREJA DE PRESIDENTE PRUDENTE (SÃO PAULO) 1112

VÍDEO INSTITUCIONAL PARA ENTIDADE DO TERCEIRO SETOR 1113

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação oral Comunicação

A UTILIZAÇÃO DO FOTOJORNALISMO NA IMPRENSA LOCAL

CRISTIANE DE OLIVEIRA TORRES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
GISELLE TOMÉ DA SILVA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
INGRID MARIA DE OLIVEIRA PRESTES AGUIAR - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
JANAÍNA SOARES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
KELLY CRISTINA MARQUES DE MELO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
SILVIA YURI NAKAMURA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O homem-primata, na época em que vivia em cavernas, sentia a necessidade de expressar visualmente o real. Através de suas inscrições nas paredes, tentava mostrar aos outros, o que havia acontecido naquele dia ou o que sentia. Anos depois das imagens pictográficas, surgiu a fotografia que, segundo Buitoni (2011, p.8), "nasceu da convergência de duas séries de saberes: a câmera escura e a sensibilidade de certas substâncias". Após sua disseminação entre as pessoas, até hoje, ela é utilizada para registrar e documentar momentos. A fotografia não é só uma forma de expressão. "Ela é, também, ao mesmo tempo, um meio de informação e comunicação a partir do real e, portanto, um documento da vida histórica."(1989, p. 84) A partir do momento em que a fotografia passou a ser veiculada em jornais impressos, revistas e publicações ilustradas, começaram a serem transmitidas imagens encomendadas dos fatos ocorridos no século XX, que permitiu o nascimento do fotojornalismo. Esta área transmite, através de imagens, informação. Esta pesquisa visa contribuir para uma visão mais crítica da sociedade sobre a fotografia jornalística e mostrar que, no meio impresso, esta possui intencionalidade, utiliza elementos para chamar a atenção do leitor, além de transmitir informação. Na área acadêmica, o trabalho contribuíra para possíveis pesquisas dentro da área de fotojornalismo, apresentando aos discentes a linguagem fotográfica em um veículo impresso e como era a utilização desta dentro do Jornal Oeste Notícias nos seus três primeiros meses.Com a pesquisa o grupo pretende adquirir conhecimentos sobre o fotojornalismo, compreender quais elementos da linguagem fotográfica podem conter na imagem e através de entrevistas com o ex-editor-chefe e ex-editor de imagem do Jornal Oeste Notícias, entender quais critérios eram utilizados na escolha de uma fotografia de capa. Objetivo Geral - Compreender o uso da linguagem fotográfica no Jornal Oeste Notícias nos três primeiros meses de sua fundação Objetivos Específicos - Entender sobre o fotojornalismo especialmente, no ano de 1995 em Presidente Prudente; - Estudar os elementos que compõem a linguagem fotográfica aplicados ao jornalismo; - Identificar quais critérios eram utilizados na seleção de uma foto de capa, através de entrevistas com os editores-chefes da época; - Produzir uma edição especial do Jornal Laboratório Ligação com relatos dos profissionais que trabalharam no veículo, na área de fotojornalismo, falando sobre como era a composição desse tipo de imagem e quais elementos da linguagem fotográfica necessários para compor uma fotografia de capa. Para esta pesquisa será utilizada a abordagem qualitativa e através dela serão estudadas as complexidades do fotojornalismo. Para a coleta de dados, o grupo utilizará a pesquisa bibliográfica através de livros que abordam o tema fotojornalismo e linguagem fotográfica, entrevista semiaberta e análise documental.

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação oral Comunicação

AS CONVERGÊNCIAS DO HIPERTEXTO NA REDAÇÃO PUBLICITÁRIA ONLINE

LARISSA RANGEL PAULINO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
LOANA CRISTINA PEREIRA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Não é raro encontrarmos formas poéticas em textos assumidamente publicitários, o que não nos impede fruí-lo tal como se frui uma obra de arte plástica ou tecnológica. Esses pequenos textos não apenas fazem explodir leituras para além da peça; eles nos propõem uma adesão ao objeto que anunciam, na medida em que transferem para eles o prestígio que a concepção artística lhes transmite. Assim, percebe-se que o poder de persuasão da peça publicitária aumenta exponencialmente com a inserção de textos cujo caráter transcende a óbvia função de anunciar ou propagar. E não se trata de mera transposição de textos poéticos recontextualizados, mas de textos inéditos, de puro caráter imaginativo/criativo, pensados para preencher uma função de convencimento e sedução. Afora a presença de textos verbais, o apelo publicitário pelas obras plásticas na ilustração de peças de campanha, ainda que não demonstrem intenção de fazer arte ou de levar o receptor a estados de êxtase, produz efeitos muito próximos daqueles que nos acometem as obras de arte. E isso foi conferido junto a consumidores, leitores e telespectadores de anúncios publicitários. Verifica-se, então, que tais produções parecem pretender, tão-somente, chamar atenção e injetar prestígio ao produto/serviço ou ideia anunciados. A publicidade é rica em recursos estilísticos. Percebe-se a expressividade nos efeitos acústicos (som e ritmo), nas sugestões morfológicas (sufixos, como os aumentativos e os diminutivos, por exemplo), nas opções léxicas (seleção de palavras, como o emprego do modo imperativo), nas construções sintáticas (disposição das palavras, concordância, regência), nas insinuações semânticas (figuras de linguagem), nos recursos textuais (coesão, coerência), nas apropriações intertextuais (citação, paráfrase, paródia), nas correlações paratextuais (relação indicial de elementos externos ao texto), nas analogias intersemióticas (relação entre formas verbais e não-verbais) e mesmo na contextualização cultural (valores, ideologia, regionalidade, etc.). Teorias e conceitos a parte, o presente trabalho pretende analisar o verdadeiro papel do hipertexto nas mensagens publicitárias, o hipertexto, principalmente nos primeiros anos após o seu surgimento, foi visto como uma grande revolução na comunicação humana, um conceito quase completamente novo de organização textual. O presente trabalho justifica-se pela tentativa de compreensão das novas formas e adequações das mensagens hipertextuais publicitárias. Não é nova a discussão sobre o estatuto artístico das produções publicitárias. Entretanto, o tema não tem sido suficientemente abordado a ponto de dispensar novas reflexões e/ou propor outras leituras acerca do fazer artístico publicitário. Identificar como o conceito de hipertexto é largamente utilizado pela Redação publicitária de modo geral, quais são os pontos de transfigurações de uma linguagem para outra.

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação oral Comunicação

ASSESSORIA DE IMPRENSA E ATUALIZAÇÃO DIGITAL DO RELACIONAMENTO COM A MÍDIA: UM ESTUDO PARA RENOVAÇÃO DA SALA DE IMPRENSA DA FACOPP

FERNANDA FAVARO DO CARMO CANTERO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
ISABELA BIANCHI DOMINATO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
SERGIO ANTONIO RENA ROCHA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O avanço tecnológico trouxe para as empresas a preocupação com a imagem que transmitem para o público externo e interno, por isso algumas empresas disponibilizam nos respectivos sites, uma área específica para jornalistas, conhecida como Salas de Imprensa. Nela contém notícias, eventos, posicionamentos, informações sobre produtos e serviços, lista de contatos, banco de imagens e possibilidades de busca, entre outros. Essas páginas chamadas de Sala de Imprensa serão o objeto de estudo dos pesquisadores. A Habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Comunicação Social de Presidente Prudente (Facopp) tem um serviço de AI, realizado de forma laboratorial e possui também uma Sala de Imprensa, hospedada no Portal Facopp. Trata-se apenas de uma página estática que oferece os links dos últimos releases, banco de áudio e um vídeo institucional sobre a faculdade de Comunicação. Porém, ela está desatualizada e não cumpre o papel a que se destina. Assim, o projeto propõe estudos sobre a importância das Salas de Imprensa na rotina moderna da Assessoria de Imprensa. Intenta-se, a partir da análise de unidades de referência no Brasil e um estudo teórico fundamentado no campo da Comunicação Organizacional, Jornalismo Empresarial, Assessoria de Imprensa e Jornalismo Online, compreender e observar padrões digitais que conseguem garantir uma eficácia de relacionamento entre empresas e meios jornalísticos para que, no futuro, haja condições de se pensar em uma renovação e implantação de um novo modelo. O trabalho justifica-se na necessidade de na importância de atualizar o website, para que os pesquisadores e alunos possam ter um espaço para colocar em prática as aulas de Jornalismo Empresarial e explorar as mídias digitais, a criação de um relacionamento com a mídia local, e também a divulgação das ações de responsabilidade social promovidas pela Facopp, concretizando assim a qualidade e seriedade não só do curso, como da faculdade em geral. Aprofundar os conhecimentos teóricos a respeito da Assessoria de Imprensa e o relacionamento com a mídia; Promover um estudo de caso que levante, identifique e analise quais são os pontos fortes, ferramentas e divulgação de material de modelos de Salas de Imprensa, em especial as unidades das empresas Petrobrás e Vale; Identificar quais as potencialidades e necessidades de adequação da Sala de Imprensa da Faculdade de Comunicação Social de Presidente Prudente (Facopp);Propor reformulações futuras na Sala de Imprensa da Faculdade de Comunicação Social de Presidente Prudente (Facopp). Para desenvolver o estudo, os pesquisadores utilizarão o estudo de caso, aliado a pesquisa exploratória, do tipo qualitativa. As conclusões do estudo serão baseadas nas pesquisas e conhecimentos adquiridos com as pesquisas qualitativas. Para a coleta de dados serão utilizados os instrumentos: entrevista em profundidade jornalística, pesquisa e análise documental e pesquisa bibliográfica.

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação oral Comunicação

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO COMO UM CONCEITO SUSTENTÁVEL PARA UMA INCORPORADORA DA CIDADE DE PRESIDENTE PRUDENTE/SP

DHIEGO DA SILVA SARAIVA - ETEC PROF ADOLPHO ARRUDA MELLO
LEONARDO RIBELATTO LEPRE - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O presente trabalho apresenta os resultados parciais de um Trabalho de Conclusão do Curso "Técnico em Marketing" do Centro Paula Souza - Escola Técnica "Adolpho Arruda Mello", de Presidente Prudente/SP no corrente ano. Trata-se, portanto, de uma pesquisa empírica, cujo objetivo geral é apresentar, através de um plano de comunicação, o conceito de sustentabilidade da incorporadora "Mampei Funada" em seus projetos imobiliários. O mesmo se justifica pela necessidade de adequação das empresas nesse segmento a conceitos sustentáveis relativos ao meio ambiente. O referido trabalho apresenta o seguinte objetivo geral: - apresentar e analisar, através de um plano de comunicação, o conceito de sustentabilidade da incorporadora "Mampei Funada" em seus projetos imobiliários, que se apresenta pela importância de adequação das empresas nesse segmento a conceitos sustentáveis relacionados ao meio ambiente A metodologia utilizada nesta investigação versará sobre: -pesquisa exploratória (para analisar o segmento de incorporadoras); -entrevistas com questionário aberto semiestruturado e também questões de escolha única e múltiplas; -estudo dos principais conceitos relativos ao campo de investigação; Ressaltamos ainda que o desenvolvimento do trabalho iniciou-se com o briefing, que trouxe informações do cliente para que as pesquisas exploratórias fossem realizadas e seu segmento de atuação no mercado fosse investigado. Logo, as análises de ambientes e SWOT nortearam as ações da pesquisa para a elaboração do plano de comunicação. Pretende-se obter como resultados, a partir do plano de comunicação, estratégias para a imagem institucional da "Mampei Funada", que irá posicioná-la no mercado como incorporadora sustentável na concepção de seus projetos imobiliários, diferenciando-a de seus concorrentes e criando identificação de sua marca no target. No presente momento, estamos realizando estudos teóricos no sentido de aprofundar conceitos fundamentais que servirão de parâmetros para o desenvolvimento da pesquisa. Não há.

Pesquisa (ENAPI)

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral

Comunicação

EVGEN BAVCAR: TÉCNICAS FOTOGRÁFICAS DO NÃO-OLHAR

MARLENE GOMES REVERTE - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O presente projeto de pesquisa tem como objetivo identificar as técnicas diferenciadas do fotógrafo Evgen Bavcar e refletir sobre seu processo de criação. A reflexão acerca do tema deverá contribuir com o processo de ensino de fotografia e outras disciplinas visuais nos cursos de Comunicação Social da universidade. Objetivo Geral - Identificar e refletir acerca das técnicas fotográficas diferenciadas de Evgen Bavcar Objetivos Específicos - Compreender o processo de criação das fotografias selecionadas - Aprofundar conhecimentos acerca da fotografia - Discutir a superprodução de imagens na contemporaneidade e a crise da visibilidade A metodologia permite identificar os aspectos técnicos, estéticos e de composição (enquadramento, iluminação e cor) presentes nas imagens, e compreender suas finalidades em determinado espaço e tempo. Para a análise, serão selecionadas seis fotografias produzidas no período de 1964 a 2003, publicadas nos livros de Evgen Bavcar. A abordagem para essa pesquisa será a qualitativa, pois, trata-se de um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que pretendem descrever e decodificar os significados. A pesquisa delineia-se como exploratória a principal finalidade desse tipo de estudo é o desenvolvimento, o esclarecimento e a modificação de conceitos e ideias, focada na formulação de problemas mais precisos ou hipóteses que podem ser pesquisadas em estudos posteriores. A coleta bibliográfica e documental será realizada através de artigos, livros e documentário sobre fotografia e Evgen Bavcar. Nessas obras, também serão selecionadas as imagens que serão analisadas iconograficamente. Além disso, o levantamento bibliográfico deve contemplar a análise de outros projetos que envolvem fotografia e deficientes visuais.

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação oral Comunicação

IDENTIFICAÇÃO E ANÁLISE DE ERROS GRAMATICAIS COMETIDOS EM POSTAGENS NAS REDES SOCIAIS

ROGERIO DO AMARAL - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
DAYANE SILVA DE FREITAS - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
FABRICIO JOSE FERREIRA DA SILVA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
KARLA BIANCA DOS SANTOS CARNEIRO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
THIAGO MORELLO DE OLVEIRA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

A internet possibilitou a junção de todos os meios de comunicação anteriores, num mesmo ambiente. É nesse ambiente multimidiático que surge as redes sociais, plataformas virtuais que permitem aos usuários se reunirem com pessoas que partilham interesses em comum, compartilhando com os outros membros tudo que julga interessante e pertinente. Essa pesquisa tem a intenção de abordar um problema recorrente nas redes sociais e que influencia outros espaços físicos, como a escola. Assim, esta pesquisa investiga o seguinte problema: quais os erros gramaticais predominantes em postagens de redes sociais quanto às classes gramaticais da língua portuguesa? Com que frequência são cometidos? Quanto à justificativa, os pesquisadores entendem que esse levantamento alertará os usuários sobre futuros problemas, oriundos da ruptura de estruturas linguísticas estabelecidas ao longo do tempo e rompidas pelos usuários de redes sociais. Entende-se também que esse estudo pode colaborar com os futuros profissionais da comunicação, quanto ao respeito às normas de comunicação vigentes. Os pesquisadores compreenderão mais o universo das redes sociais e a partir de um levantamento estatístico, analisarão qualitativamente esses problemas linguísticos nas redes sociais. Identificar os tipos de erros gramaticais predominantes em postagens de redes sociais e verificar a frequência com que os erros são cometidos. A execução dessa investigação se dará na primeira etapa por meio de uma investigação quantitativa, em que os pesquisadores farão um levantamento sobre os tipos de erros mais frequentes nas redes sociais, assim como a medição da frequência com que esses erros acontecem. Paralelamente a essa etapa, os pesquisadores também quantificarão a faixa etária responsável pela maioria dos erros. Num segundo momento, diante desses dados quantitativos, será aplicada uma abordagem qualitativa que terá a função de identificar as motivações para que tais erros sejam cometidos e apontar possíveis soluções para sanar esse uso incorreto da língua portuguesa em ambientes virtuais. A rede social optada foi o Facebook, devido ao fato, de ser ela a rede social com maior número de usuários, no mundo e também no Brasil. A coleta de dados na rede social Facebook será realizada durante o período de trinta dias, quando os pesquisadores, coletarão todas as postagens que apresentem erros gramaticais. Depois desse prazo, passa-se para a classificação dos erros e a análise de sua motivação. Na parte final do trabalho, os pesquisadores pretendem construir um documento com contribuições para sanar os problemas com o uso adequado da língua portuguesa nas redes sociais. Os dados levantados serão analisados de forma qualitativa, cruzando as informações conseguidas nas redes sociais com o referencial teórico sobre linguagem. Tal cruzamento tem o objetivo de propor soluções para evitar tais ocorrências no ambiente virtual e por consequência sua disseminação para os outros ambientes, como o escolar.

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral Comunicação

O ESPORTE UNIVERSITÁRIO COMO CONTEÚDO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

ANNELISA NUNES PALMEIRA DA SILVA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
DANIELA SILIS BATISTA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
GIAN CARLOS MENDES NASCIMENTO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
JÉSSICA DE ANDRADE TEIXEIRA FURLAN - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O esporte universitário surgiu, no Brasil, no início do século XX, com disputas entre estudantes de faculdades de São Paulo e do Rio de Janeiro (MINISTÉRIO DO ESPORTE, 2006). Somente em 1934, já com a sua difusão, o esporte começou a se regularizar, com o surgimento das primeiras federações, no Rio de Janeiro, e um ano depois, em São Paulo (TOLEDO, 2006, p. 41). No início da década de 1980, esta modalidade chegou ao Oeste Paulista, com a criação da Coordenadoria de Esportes em uma universidade de Presidente Prudente, que logo depois inaugurou o seu Ginásio de Esportes. Atualmente, a prática esportiva nesta universidade atinge por volta de 3.600 alunos anualmente. A propagação de informações a respeito é feita atualmente de maneira esporádica no portal on-line da instituição e se perde em meio a tantas outras informações. Tabelas, regulamentos e informes são suprimidos em um pequeno espaço, não permitindo um detalhamento e mais informações. A referida instituição conta com uma uma academia de ginástica, dois ginásios esportivos multiuso com quatro quadras, dois campos de futebol society, duas piscinas, uma semiolímpica, outra com medições 16x8m, além de espaços para a prática de atividades como o boxe, muay thay, ritmos aeróbicos, spinning, natação, ginástica localizada, step, pilates, que acontecem de segunda a sexta-feira, e um vasto número de ações e competições para disseminar a prática esportiva. Conforme mapeamento realizado por estes pesquisadores, é realizado um grande número de eventos disputados ao longo do ano, como o "Intercalouros", que envolve os discentes ingressantes nos últimos 12 meses e perdura entre os meses de março e maio; o "Intercursos", que engloba todos os alunos matriculados em cada um dos 53 cursos atualmente vigentes e acontece entre agosto e novembro; a Gincana Esportiva, Cultural e Filantrópica, realizada em fevereiro, que oferece diversas atividades aos calouros e tem grande importância social por proporcionar doações beneficentes a serem distribuídas a associações regionais; e os "Torneios dos Trabalhadores", que acontecem entre os funcionários da instituição, nos meses de abril e dezembro, e englobam competições de futsal, futebol, bocha e de cartas A presente pesquisa tem como objetivo analisar de que maneira o Jornalismo Empresarial de uma universidade trabalha informações do esporte e verificar se o que é feito é suficiente para que os estudantes tenham conhecimento e interesse em participar de novas ações esportivas; bem como alinhar e reunir em uma única seção todas essas informações. O projeto terá como abordagem metodológica a pesquisa qualitativa, do tipo exploratório, com o método de pesquisa-ação. Com base em pesquisas referentes ao webjornalismo, jornalismo organizacional, esportivo, bem como o esporte universitário, os instrumentos para a coleta de dados serão a pesquisa bibliográfica, análise de documentos, aplicação de questionário e a observação sistemática. Pesquisadores

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral Comunicação

O JORNALISMO CULTURAL APLICADO EM UM BLOG PARA PRESIDENTE PRUDENTE E REGIÃO

TCHIAGO INAGUE RODRIGUES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
PAMELLA MAYARA FERNANDES GAUDIO NATAL - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
BENEDITO GUILHERME DOMINGUES DE OLIVEIRA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
SIDICLEI DOS SANTOS ROSENDO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

A prática jornalística e a internet estão cada vez mais amalgamadas. Ao acessar as redes sociais é possível perceber que as notícias compartilhadas saíram do âmbito dos veículos tradicionais e ganharam espaço em mídias como sites e blogs segmentados, mantidos por jornalistas e colaboradores especializados. Aliar o jornalismo on-line e cultural por meio de um website que apresente notícias e informações culturais é a proposta deste projeto que terá como foco as manifestações culturais da cidade de Presidente Prudente. O blog, peça prática desta pesquisa, colocará em exercício os conhecimentos adquiridos nas disciplinas de jornalismo como o texto especializado para web, as tendências jornalísticas na área, além de reunir o conteúdo multimídia. O projeto irá contribuir para o acréscimo de informações na área do jornalismo on-line e cultural, visto que os estudos voltados para esta combinação ainda são recentes. Compreender sobre os conteúdos jornalísticos para um blog, aplicando as técnicas de jornalismo on-line, por meio da categoria de jornalismo cultural na delimitação de Presidente Prudente e região; Vivenciar a prática de jornalismo on-line, para consolidar a experiência na veiculação de conteúdo cultural; Aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso sobre texto jornalístico, apuração da notícia, edição, blog e suas estruturas, diagramação e produção de conteúdo; Produzir um blog que reúna o conteúdo jornalístico cultural voltado para Presidente Prudente e região. Este projeto adotará a pesquisa do tipo qualitativa. Esta abordagem não prioriza os dados numéricos, mas sim o aprofundamento e compreensão de um determinado assunto. O caráter exploratório da pesquisa é outra forma de aprofundar os conhecimentos no tema do projeto. A proposta deste projeto terá como metodologia de pesquisa o método histórico. Seu uso se justifica a partir do momento em que o grupo pesquisará as origens do blog e do jornalismo cultural. A pesquisa também utilizará a técnica da pesquisa bibliográfica para coleta de dados que se inicia a partir da busca de informações com pesquisadores que são estudiosos no assunto em questão. A pesquisa inclui entrevistas em profundidade com profissionais do meio cultural. UNOESTE

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação oral Comunicação

PROJETO PILOTO PARA A REVITALIZAÇÃO DE UM JORNAL IMPRESSO: IMPLEMENTAÇÃO DE TÉCNICAS JORNALÍSTICAS NA COMUNICAÇÃO CATÓLICA

GUILHERME ALVES FERRARI - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
ISABELA CAROLINE ZARDI - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
SILVIO COSTA OLIVEIRA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
GISELLE TOMÉ DA SILVA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O presente projeto surge da necessidade de revitalizar o jornal católico da Diocese de Presidente Prudente (SP), Anúncio, a fim de informar efetivamente os fiéis da região. Neste modelo de impresso, o principal objetivo é divulgar os fatos da comunidade, a partir da visão ideológica da igreja, baseado nos seus princípios e valores. Para tanto, este trabalho propõe uma revitalização sobre o projeto gráfico e editorial do jornal, acrescentando-lhe técnicas jornalísticas antes não utilizadas, como a produção da notícia. Tem-se por objetivo desenvolver um projeto piloto do mesmo para o mês de outubro de 2015. Visto que atualmente o jornal Anúncio não adota padrões jornalísticos, este projeto se justifica primeiramente, em âmbito social, no sentido de implementar técnicas jornalísticas, oferecendo um conteúdo visual e editorial reformulado, com notícias de qualidade, a fim de atrair a atenção da comunidade católica da região e informá-la efetivamente. Com a sua revitalização, consequentemente, há de otimizar e incentivar a prática da leitura deste impresso, o que contribui para deixar os fiéis bem informados dentro de sua cultura religiosa. À vista da academia, este projeto é relevante já que são raras as pesquisas em comunicação com foco na produção impressa de cunho religioso. E também por permitir um contato direto entre jornalismo e religião, não a partir de um sentido místico, como costuma-se fazer, mas por meio de um olhar científico e jornalístico, o que pode render grandes produções para ambas as áreas do conhecimento. E, por fim, sob o olhar pessoal dos autores, este projeto contribui não somente pela possibilidade de se pôr em prática as técnicas jornalísticas aprendidas ao longo do curso de um modo amplo (ao se utilizar de mais de uma técnica para a sua produção: projeto gráfico e editorial, notícia e fotografia), como também por permitir a atuação num meio consolidado de mídia, que está aberto às experimentações e disposto a cooperar com o ciclo final de aprendizagem dos futuros jornalistas. Objetivo Geral: Revitalizar o jornal diocesano Anúncio informando efetivamente os leitores católicos. Objetivos Específicos: - Compreender como se dá a Comunicação Religiosa pelo meio impresso, com suas linguagens e ideologias; - Apresentar um novo projeto gráfico e editorial do jornal diocesano Anúncio; - Aprofundar os conhecimentos acerca dos fatos da Diocese de Presidente Prudente que tenham valor noticioso, e reportá-los a partir de técnicas jornalísticas, em um projeto piloto. O objeto de estudo será o jornal católico impresso "Anúncio", da Diocese de Presidente Prudente-SP. A metodologia utilizada será a pesquisa qualitativa, do tipo exploratória. O método consistirá em pesquisa-ação, com as seguintes técnicas de coleta de dados: pesquisa bibliográfica, análise documental, e entrevista em profundidade do tipo semiaberta.

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação oral Comunicação

REGISTRO FOTOGRÁFICO DO PROGRAMA DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS (PAA) EM UM ASSENTAMENTO NO OESTE PAULISTA

NAYRINE OLIVA OLIVEIRA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
DANUBIA PEREIRA LEITE - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
VICTOR JORGE DA SILVA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Com objetivos gerais de promover a alimentação e incentivar a agricultura familiar, que segundo o site do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) consiste em uma forma de organização na qual são trabalhadas atividades desenvolvidas em uma propriedade rural ou em áreas comunitárias próximas, o PAA compra alimentos produzidos por estes agricultores, sem necessidade de licitação e os fornece às pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional, atendidas por programas sociais públicos, abastecendo creches, escolas, cozinhas comunitárias, restaurantes populares e entidades assistenciais e/ou beneficentes.No oeste do Estado de São Paulo, na região do Pontal do Paranapanema, local onde se situa o objeto estudado, alguns assentamentos já participam do PAA Este trabalho ganha em importância porque permite o fortalecimento das ações de pesquisa na área de Fotografia dentro da Faculdade de Comunicação Social de Presidente Prudente, e da própria Universidade do Oeste Paulista, tendo em vista que em uma consulta ao acervo da Facopp entre os anos de 2007 a 2014, foram encontrados doze trabalhos ligados ao tema Diante disso, os autores poderão colocar em prática o aprendizado adquirido nos quatro anos de estudos, principalmente nas disciplinas afins . Ademais, a pesquisa se faz necessária, pois poderá levar as pessoas à reflexão sobre os movimentos sociais agrários, tendo em vista que muitas pessoas não conhecem o programa, nem mesmo os que são beneficiados diretamente com a aquisição de alimentos ou a realidade da questão agrária na região oeste do estado de São Paulo, marcada profundamente por conflitos relacionados à luta pela terra. Este intento, aliás, pode futuramente ser atendido também pelo grupo de pesquisa com a produção de um trabalho documental fotográfico, tendo em vista a possibilidade de, uma vez abastecidos teoricamente, construir uma narrativa em que seja apresentado o processo de utilização do recurso do PAA no Assentamento Dom Tomás Balduíno. Promover reflexões teóricas sobre o uso da linguagem fotográfica com fins documentais no contexto da questão agrária e desenvolvimento de políticas públicas no Pontal do Paranapanema, região oeste do estado de São Paulo pesquisa qualitativa de caráter exploratório, O método a ser utilizado na presente pesquisa é o estudo de caso. Num primeiro momento opta-se pela pesquisa documental e bibliográfica. O presente trabalho buscará analisar os contratos firmados entre alguns produtores assentados e os responsáveis pelo PAA na cidade para facilitar o entendimento da dinâmica do programa. Também serão analisadas as fichas de controle de entrega de mercadoria, fornecida aos produtores quando estes apresentam os alimentos para serem transportados. E ainda os contratos públicos entre as Prefeituras de Sandovalina e de Estrela do Norte e as entidades que recebem doações do Programa de Aquisição de Alimentos.A entrevista que será utilizada será a em profundidade

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação oral Comunicação

REPORTAGEM MULTIMÍDIA: UM GUIA PARA A PRODUÇÃO DE INFOGRÁFICOS

ALINE CRISTINA PEREIRA LOPES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
DOMINICKY SILVEIRA BENICA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
THAYANE DI PAULA FERNANDES SILVA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Este projeto de pesquisa pretende aprofundar o conhecimento sobre webjornalismo e infografia para a produção de uma reportagem multimídia que funcione como um guia sobre infografia. Em um mundo cada vez mais imagético, onde a expressão "ver pra crer" cresce no imaginário social, a fórmula tradicional do jornalismo "título, texto e foto" (ERREA, 2008) não parece suficiente para atrair o leitor, sobretudo quando se quer tratar um tema amplo e complexo como política e economia. Por outro lado, apenas a comunicação visual, sem o amparo da linguagem verbal, é frágil e pode apresentar ruídos na comunicação de ideias abstratas (SILVEIRA apud RASKIN, 2010, p.21). Umas das soluções para esse problema é o uso da infografia. Em linhas gerais, infografia é a junção da linguagem verbal (palavras) atrelada à linguagem visual (imagens e representações gráficas), para transmitir uma informação (TEIXEIRA, 2007, p.2). Assim, o questionamento que move essa pesquisa visa responder: como é possível explicar infografia multimídia por meio de uma reportagem multimídia? Com a correria do mundo moderno, são poucas as pessoas dispostas e com tempo para ler um texto longo sobre as mudanças na tabela do Imposto de Renda, por exemplo. A preocupação do jornalista é que informações como essas, que interferem diretamente na vida das pessoas, cheguem ao entendimento do maior número possível dentro da sociedade. Assim, o conhecimento acerca de infografia multímidia é importante no sentido de facilitar no processo de recepção da notícia. Objetivo Geral Demonstrar sobre como é possível explicar infografia online através de uma reportagem multimídia. Objetivos Específicos Aprofundar conhecimentos sobre a infografia e seus tipos. Investigar o uso dos infográficos no webjornalismo. Produzir uma reportagem multimídia, explicando o que é infografia e como vem sendo utilizada pelos site Folha de S. Paulo. Os processos metodológicos utilizados são de natureza qualitativa, e envolvem o estudo de caso sobre as reportagens multimídias da Folha de S. Paulo, além da pesquisa bibliográfica sobre infográficos e webjornalismo. Os instrumentos para a coleta de dados serão a análise documental e pesquisa de campo, em que os pesquisadores farão uma visita técnica à redação da Folha de S. Paulo e entrevistarão os profissionais da área (CEP:48766515.5.0000.5515). Também será feita a observação do site Folha.com por dois meses, analisando as reportagens multimídias veiculadas neste período para fazer um contraponto entre teoria e prática.

Pesquisa (ENAPI)

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral

Comunicação

TV BANDEIRANTES DE PRESIDENTE PRUDENTE: PRIMEIRO CANAL DA CIDADE E SUA CONTRIBUIÇÃO NO SEGMENTO DA COMUNICAÇÃO

CLAUDIO APARECIDO DE ALMEIDA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
PEDRO SOBRADIEL CANGUSSU REIS - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CHARLES APARECIDO CHAGAS BEZERRA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
HÉLIO CARLOS PEREIRA FILHO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
JOÃO VICTOR DE ANDRADE GUIRADO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
HOMÉRO FERREIRA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Esta pesquisa tem o objetivo de contar como se deu a concessão, a instalação e a produção inicial de conteúdo pela primeira emissora de televisão de Presidente Prudente: a TV Bandeirantes - Canal 10, do grupo empresarial e da rede que levam o mesmo nome. A problematização que o trabalho visa responder é o que representou para o município, do ponto de vista da comunicação social e no contexto sociocultural, receber em 1982 um canal com a permissão de ir além da retransmissão, gerando conteúdo local. Investigar o processo de concessão do primeiro canal de televisão de Presidente Prudente, iniciado no final da década de 1970 e obtido no começo da década de 1980, e qual a contribuição da emissora no segmento da comunicação da cidade. A pesquisa é de natureza qualitativa com o caráter exploratório, com referencial em estudo de caso e método histórico. As técnicas escolhidas para a coleta de dados são: história oral com entrevista em profundidade, pesquisa bibliográfica e análise documental. A análise de dados também será qualitativa. A peça prática deste estudo é produzir um videodocumentário sobre a concessão, a instalação e os primeiros programas produzidos.

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral Comunicação

USABILIDADE E INTERATIVIDADE: REFORMULAÇÃO DE UMA WEBRADIO UNIVERSITÁRIA

ANA PAULA DA CUNHA PEREIRA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CAROLINE JENIFER MENDES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
NATALIA FABIAN MORENO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
NATÁLIA SERRA PORTELA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
NATALY VASCONCELOS MENDES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
NAYARA KATIANE SILVA DE SOUZA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O presente projeto de pesquisa tem como objetivo a reestruturação da Web Rádio Facopp - WRF (Faculdade de Comunicação Social de Presidente Prudente), proporcionando à população acadêmica um novo formato de acesso, visando a usabilidade do site, uma vez que o mesmo se encontra desatualizado, com dificuldades de localização dos novos conteúdos, o que gera ruídos na interação com os usuários. Justifica-se tal pesquisa pelo fato de oferecer aos acadêmicos uma oportunidade de colocar em prática o conteúdo teórico apresentado em sala de aula, e utilizá-lo também como portfólio virtual. Objetivo Geral - Refletir sobre as contribuições acerca da atual estrutura da Web Rádio Facopp para propor e implantar melhorias, visando sua usabilidade e interatividade com o público alvo. Objetivos específicos - Aprofundar o conhecimento e traçar um panorama histórico da existência da rádio, para compreender como melhorá-la; - Compreender a importância da webrádio para a universidade e para a formação dos alunos; - Entender os conceitos do jornalismo e suas características no rádio. - Propor novo modelo de reformulação do site da Webrádio Facopp para que tenha maior abrangência em relação ao público acadêmico ao qual está inserido. A metodologia utilizada terá abordagem qualitativa e método de pesquisa-ação. O levantamento de dados será feito a partir de pesquisa bibliográfica, aplicação de formulário e entrevista semiaberta. A pesquisa bibliográfica levantará teorias específicas sobre rádio, webrádio, e os demais componentes que auxiliam para um bom funcionamento do site. As questões dos formulários servirão como base para investigação do ponto de vista dos acadêmicos de jornalismo da Facopp em relação a WRF. Com os dados devidamente analisados, será desenvolvida a peça prática com a reformulação do atual site, visando melhorias em sua usabilidade e interatividade. Pesquisadores

Extensão (ENAEXT) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral Comunicação

VIDEODOCUMENTÁRIO SOBRE O JUBILEU DE OURO DO SEMINÁRIO DIOCESANO NOSSA SENHORA MÃE DA IGREJA DE PRESIDENTE PRUDENTE (SÃO PAULO)

STEPHANEE MELO BECEGATO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
FABIO HENRIQUE DOS SANTOS REIS - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
THAYANE DI PAULA FERNANDES SILVA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
NELLISE COSTA PINHEIRO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
ROBERTO APARECIDO MANCUZO SILVA JUNIOR - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
THAISA SALLUM BACCO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O presente projeto tem como relevância social recuperar os principais fragmentos históricos do Seminário Diocesano Nossa Senhora Mãe da Igreja de Presidente Prudente (SP), que comemora seu jubileu em 2016. Enquanto relevância acadêmica, destaca-se a utilização da linguagem audiovisual no gênero videodocumentário, o que motivou a equipe de trabalho (professores, alunos e egresso da Facopp) a participar deste projeto de extensão. O objetivo deste trabalho refere-se à produção de um videodocumentário sobre os 50 anos do Seminário Diocesano Nossa Senhora Mãe da Igreja de Presidente Prudente (SP). A partir da temática trabalhada e da meta estabelecida para a elaboração do projeto, busca-se aprofundar os conhecimentos sobre o gênero videodocumentário; aplicar os conhecimentos teóricos sobre a prática da investigação jornalística; vivenciar a experiência de coleta de dados a partir da história oral; promover a integração entre alunos e egresso da Facopp. Cumpridos estes objetivos durante a produção do audiovisual, a ser exibido em maio de 2016, os pesquisadores esperam que a sociedade conheça a unidade formativa de ensino religioso, por onde já passaram mais de 2400 seminaristas, desde sua fundação. A produção do videodocumentário vai se iniciar a partir do levantamento de fontes para as entrevistas, durante o processo de apuração da história. Após este levantamento inicial, pretende-se realizar pré-entrevistas com essas fontes para produzir um roteiro de questões que vão embasar a próxima fase, que é a gravação em áudio e vídeo destes depoimentos. A confecção do roteiro do filme vem na sequencia, para que possa ser realizada a última etapa, que é a edição e pós-produção do filme, que será apresentado em maio de 2016. Durante todo o o processo, a equipe se reunirá quinzenalmente, no Laboratório de TV da Facopp.

Pesquisa (ENAPI)

Comunicação oral

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação

VÍDEO INSTITUCIONAL PARA ENTIDADE DO TERCEIRO SETOR

CAROLINE GHIROTTO SILVA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
EVANDRO BATISTA DA CRUZ - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
THAÍS DA SILVA FERREIRA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
THAISA SALLUM BACCO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
WESLEY COLATI - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O presente projeto tem como objetivo geral analisar o processo de produção do vídeo institucional enquanto ferramenta do Jornalismo Empresarial voltado ao Terceiro Setor. O objeto de estudo será a Associação Filantrópica de Proteção aos Cegos de Presidente Prudente, a qual oferece assistência social para deficientes visuais de todas as idades da região do Oeste Paulista. A intenção desta pesquisa é a de dar a visibilidade necessária para que as atividades da entidade sejam reconhecidas e, com isso, os temas acerca dos deficientes visuais possam ser discutidos mais amplamente na sociedade. Como o intuito básico da prática jornalística é a de contribuir com a comunidade, um serviço de interesse público como este se enquadra nos requisitos da profissão. No âmbito acadêmico, o presente projeto propõe a utilização da linguagem audiovisual aplicada ao jornalismo empresarial para atender ao Terceiro Setor. Iniciativas como essa têm espaço neste cenário, pois visam, por meio de uma ação intensiva, vivenciar a responsabilidade social. No desenvolver da pesquisa, os estudantes envolvidos poderão vivenciar na prática as técnicas de produção de vídeo e jornalismo empresarial presentes na grade curricular do curso e aprendidas no decorrer dos quatro anos letivos do bacharelado. Também poderão unir a pesquisa acadêmica com o interesse por causas sociais, de quais todos os membros compartilham afinidade. Em resumo, os esforços deste projeto serão voltados para sanar o seguinte questionamento: como a linguagem audiovisual pode ser utilizada no jornalismo empresarial voltado para o Terceiro Setor? Objetivo geral . Analisar o processo de produção do vídeo institucional enquanto ferramenta do Jornalismo Empresarial voltado ao Terceiro Setor. Objetivos específicos . Refletir sobre as ferramentas do jornalismo empresarial e suas aplicabilidades no Terceiro Setor; . Identificar e analisar os elementos da linguagem audiovisual a serem utilizados como ferramentas de comunicações institucionais; . Traçar um panorama histórico sobre a Associação Filantrópica de Proteção aos Cegos de Presidente Prudente e identificar as suas contribuições no âmbito regional; . Produzir um vídeo institucional para a Associação Filantrópica de Proteção aos Cegos de Presidente Prudente. O estudo tem como natureza a pesquisa qualitativa do tipo exploratória. Os instrumentos para coleta de dados são a entrevista do tipo semiaberta, a pesquisa de campo e a observação. Os dados coletados serão triangulados e analisados sob um olhar qualitativo, contextualizando a realidade estudada. A proposta contributiva desta investigação será a produção de um vídeo institucional, visando divulgar a associação em busca de seu reconhecimento social.

RELATOS DE EXPERIÊNCIA

A IMPORTÂNCIA DAS FIGURAS DE LINGUAGEM PARA O DISCURSO PUBLICITÁRIO 1115
ADOTE UM ANIMAL 1116
O PROCESSO DE SELEÇÃO DE FOTOGRAFIAS PARA O JORNAL IMPRESSO 1117

Ensino (ENAENS)

Comunicação oral

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação

A IMPORTÂNCIA DAS FIGURAS DE LINGUAGEM PARA O DISCURSO PUBLICITÁRIO

MARIANGELA BARBOSA FAZANO AMENDOLA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
BIANCA APARECIDA DOS SANTOS - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
TAINA DE SOUZA GASQUI CATUSSI - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
PEDRO DA COSTA FERNANDES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
MARLENE GOMES REVERTE - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Através deste trabalho observamos o papel das figuras de linguagem que é ilustrar em nível denotativo e conotativo a publicidade em si e agir como orientadora da significação dela. Na imagem há subjacente a seus significantes, uma rede de significados dos quais o leitor escolhe uns e rejeita outros, orientado pelo texto linguístico que acompanha. O objetivo através do trabalho foi o de descobrir os gêneros textuais onde as figuras de linguagem são mais utilizadas, tais quais: poesias, os poemas, contos literários e redações publicitárias. Conclui-se que, não somente os recursos de figura de linguagem escolhidos pelo grupo, mas todos os outros, tais como: metáfora, comparação, sinestesia, eufemismo e etc, são muito importantes para o discurso publicitário. Pois o enriquecem de forma criativa e inteligente. Para o desenvolvimento deste trabalho analisamos diversos anúncios publicitários e identificamos as figuras de linguagem neles presentes encontrados em revistas impressas, entre elas: Revista Veja, Caras e a Corpo a Corpo. Em seguida, fizemos a apresentação oral para a sala de aula e a entrega do trabalho impresso para a professora orientadora da disciplina.

Ensino (ENAENS) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral Comunicação

ADOTE UM ANIMAL

TAINA DE SOUZA GASQUI CATUSSI - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
PEDRO DA COSTA FERNANDES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
BIANCA APARECIDA DOS SANTOS - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
MARLENE GOMES REVERTE - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
RENATO PANDUR MARIA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O presente trabalho se desenvolveu através da disciplina de Leitura de Imagem do curso de Comunicação Social, utilizando das diversas técnicas de produção audiovisual desde os planos aos ângulos de filmagens e cinegrafia. O objetivo deste conteúdo audiovisual foi de colocar em prática o conteúdo teórico passado em sala de aula. Através deste trabalho nós alcançamos o objetivo de colocar em prática as técnicas audiovisuais e contribuir na campanha de adoção de animais. O tema escolhido para a produção do trabalho de vídeo foi a adoção de animais, uma vez que a Universidade possui um hospital veterinário que dispõe de animais para a adoção. Foi disponibilizado este conteúdo para a coordenação do curso de medicina veterinária visando a difusão da campanha de adoção. A produção do vídeo se baseou na utilização dos seguintes planos: grande plano geral, plano geral, plano de detalhe e close-up. Os ângulos: profundidade, câmera inclinada, câmera subjetiva e objetiva, plongeé e contra plongeé, câmera inclinada e foco seletivo.

Ensino (ENAENS) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação oral Comunicação

O PROCESSO DE SELEÇÃO DE FOTOGRAFIAS PARA O JORNAL IMPRESSO

MARLENE GOMES REVERTE - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
TAINA DE SOUZA GASQUI CATUSSI - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
BIANCA APARECIDA DOS SANTOS - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
PEDRO DA COSTA FERNANDES - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
ROGERIO DO AMARAL - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O presente projeto foi desenvolvido na disciplina de Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação e apresentado ao Grupo de Estudos e Pesquisa em Comunicação da Faculdade de Comunicação Social da Unoeste - Facopp. O tema que interessou os integrantes deste projeto foi a fotografia jornalística, ou fotojornalismo que teve origem no século XIX e é uma área muito relevante dentro do jornalismo, uma vez que para ilustrar a notícia, a fotografia é fundamental, pois mostra, revela, expõe e denuncia através das imagens. A resistência do jornalismo impresso em contrapartida ao online impulsionou essa pesquisa, pois percebe-se a maior interatividade com o público, e o mesmo pode contribuir enviando suas fotos para a redação. Desta forma, pretende-se através deste estudo analisar a maneira como as fotografias são selecionadas, pelo jornalismo, para ilustrar a notícia, atendem aos princípios éticos e focam a mensagem a ser transmitida ou defendem interesses pessoais do veiculo? A partir disso e por meio de entrevistas e questionários os integrantes do grupo irão coletar os dados referentes ao processo de seleção da fotografia para as matérias no jornal impresso que se tornou uma tarefa difícil, já que no jornalismo online há a possibilidade de selecionarmos mais de uma foto para estampar a notícia ou até mesmo se abrir uma galeria com um número maior de imagens. O objetivo geral foi verificar como acontece o processo de seleção de fotografias no jornal impresso. Os objetivos específicos foram de investigar se na seleção de imagens das matérias o veículo atende a princípios éticos ou os seus interesses pessoais; analisar a facilidade da abertura de galerias no jornalismo online; estudar as alternativas desenvolvidas pelo jornal impresso para utilizar as fotografias na composição de seus textos como complemento; explorar as fotografias como forma de documentação histórica no jornalismo impresso. Este trabalho foi selecionado para apresentação no GEPEC e disponibilizado para que os professores interessados na área do fotojornalismo pudessem nos orientar e cadastrá-lo no sistema gestor de pesquisa. Os alunos através deste pré-projeto puderam colocar em prática o conteúdo passado em sala de aula e deram os primeiros passos no conhecimento científico.

ARTIGOS COMPLETOS (RESUMOS)

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL SEM PODER.....1119

CONTRIBUIÇÕES AO ESTUDO DO PROCESSO DE INVISIBILIZAÇÃO DO CAMPESINATO 1120

EXPOSIÇÃO DA VIDA PRIVADA EM REDES SOCIAIS: MOTIVAÇÕES E CONSEQUÊNCIAS 1121

FOTOGRAFIA DE MODA: ANÁLISE SEMIÓTICA DAS CAMPANHAS DAS MARCAS ELLUS E RIACHUELO 1122

INFORMAÇÃO, EDUCAÇÃO E TECNOLOGIA UM BLOG PARA O PROFESSOR DE PRESIDENTE PRUDENTE E REGIÃO.....1123

MEDIAÇÃO NA ESCOLA 1124

O DIFERENCIAL DA LOGÍSTICA COM VALOR AGREGADO 1125

PLANO DE COMUNICAÇÃO E SUAS ESTRATÉGIAS PARA UMA LOJA DO SEGMENTO DE COLCHÕES 1126

Pesquisa (ENAPI)

Comunicação oral

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL SEM PODER

CÉSAR AUGUSTO SAMPAIO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O objetivo desse artigo é apresentar um estudo sobre a comunicação empresarial do ponto de vista interno, Tendo como método científico a documentação indireta através de pesquisas bibliográficas e documentais, constatou-se um subaproveitamento da comunicação empresarial. No âmbito da comunicação interna, é preciso estar atento à desagregação das relações interpessoais e grupais, que costumam causar uma intricada rede de poder revestida pela retenção de informações, pelos boatos, pela formação de feudos, pelas disputas hierárquicas, além das delações difamatórias entre funcionários.

Pesquisa (ENAPI)

Comunicação oral

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Comunicação

CONTRIBUIÇÕES AO ESTUDO DO PROCESSO DE INVISIBILIZAÇÃO DO CAMPESINATO

BIANCA APARECIDA DOS SANTOS - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
MUNIR JORGE FELÍCIO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Este trabalho tem como proposta ampliar a compreensão a respeito da invisibilização do campesinato na Região do Pontal do Paranapanema nos veículos de comunicação de Presidente Prudente (SP), trazendo algumas análises sobre a influência exercida pela mídia no processo de invisibilização do campesinato. Demonstrando que ao contrário do que ela tenta expor aos seus receptores o campesinato não desapareceu. Ele luta para que a sua cultura, tradição e identidade não sejam tão afetadas com a ação do capital; criando formas de resistência. Com essas reações o campesinato procura resgatar sua cultura, colocando-a defronte à ideologia do capital, para que essa não se sobreponha sobre aquela.

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral Comunicação

EXPOSIÇÃO DA VIDA PRIVADA EM REDES SOCIAIS: MOTIVAÇÕES E CONSEQUÊNCIAS

ROGERIO DO AMARAL - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Este artigo visa compreender como a vida real é construída na rede social Facebook e de que maneira se dá a espetacularização do privado, além de levantar os principais tipos de publicização da vida privada no Facebook; e, identificar o valor atribuído à publicização da vida pelo usuário virtual de redes sociais. Quanto à metodologia, o projeto emprega uma abordagem qualitativa, por meio dos métodos de análise das redes sociais. A coleta de dados empregará a aplicação de um questionário online e a observação participante em páginas do Facebook, com a intenção de compreender como a vida privada é espetacularizada na rede social e quais os resultados que tal publicização gera para a vida do usuário que realiza tal prática.

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral Comunicação

FOTOGRAFIA DE MODA: ANÁLISE SEMIÓTICA DAS CAMPANHAS DAS MARCAS ELLUS E RIACHUELO

MARIANGELA BARBOSA FAZANO AMENDOLA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
LARISSA CREPALDI TRINDADE - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O presente estudo tem como corpus de análise a fotografia de moda brasileira das campanhas publicitárias das marcas Ellus e Riachuelo. A pesquisa pretende analisar as fotografias das capas dos catálogos das respectivas marcas, de acordo com a concepção teórica de Roland Barthes. Serão observados os conteúdos que envolvem a fotografia (operator, spectrum e spectator), os métodos de conotação (trucagem, pose, objetos, fotogenia, estética e sintaxe) e o interesse cultural e sentimental pela fotografia (studium e punctun). Ou seja, este estudo pretende utilizar estes elementos como método de pesquisa que pode-se denominar de teoria semiótica ou semiológica, levantando hipóteses interpretativas sobre os signos que compõem as mensagens fotográficas, assim como descobrir se os mesmos têm coerência na proposta apresentada. UNOESTE

Pesquisa (ENAPI)

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral

Comunicação

INFORMAÇÃO, EDUCAÇÃO E TECNOLOGIA UM BLOG PARA O PROFESSOR DE PRESIDENTE PRUDENTE E REGIÃO

BRUNO GÓES SAIA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
FERNANDA SUTKUS DE OLIVEIRA MELLO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Neste trabalho será desenvolvida uma mídia digital interativa do tipo blog, que terá como principal função informar aos professores de ensino médio e superior, das redes pública e particular, sobre novidades na área da educação a nível nacional, estadual e também internacional, além de divulgar e apoiar o desenvolvimento de iniciativas inovadoras nas escolas de Presidente Prudente e região, especialmente no que se refere ao uso da tecnologia dentro e fora da sala de aula. As características do blog como ferramenta educacional e os seus diversos usos por educadores também serão abordados no trabalho. O artigo pretende analisar como as mídias digitais interativas, em especial o blog, são utilizadas pelos professores, principalmente na região de Presidente Prudente e de que maneira, a produção de uma peça prática que oriente a respeito do uso dessa ferramenta pelos educadores, pode contribuir com o desenvolvimento do trabalho destes profissionais.

Pesquisa (ENAPI)

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral

Comunicação

MEDIAÇÃO NA ESCOLA

MARIANA APARECIDA GRILLO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
ANA CAROLINE SILVA SANTOS - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
JERSON JOAQUIM DA SILVA - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O Bullying se constitui como um dos notáveis problemas que as escolas enfrentam, sendo que o objetivo dessas instituições é formar cidadãos críticos e pensantes, há cada vez mais uma certa dificuldade no processo para desenvolvimento do ensino e aprendizagem, por conta de existentes causas de conflitos que surge com o bullying. Por isso, surge a necessidade de uma nova figura na escola, que é o professor mediador escolar e comunitário (PMEC), com o intuito de mediar os conflitos dentro dessas instituições, facilitando a comunicação e o entendimento entre as pessoas, utilizando como ferramenta importante a justiça restaurativa, que nada mais é que a resolução de um conflito por meio do diálogo. Portanto, este artigo se justifica pela necessidade de orientar o leitor para a compreensão da atuação do profissional mediador dentro da escola, fazendo o uso da pesquisa bibliográfica, exploratória e descritiva.

Pesquisa (ENAPI) UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral Comunicação

O DIFERENCIAL DA LOGÍSTICA COM VALOR AGREGADO

CÉSAR AUGUSTO SAMPAIO - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O objetivo desse artigo é apresentar a logística como instrumento imprescindível para agregar valor a produtos e serviços, gerando diferencial competitivo através do gerenciamento da cadeia de suprimentos. As corporações precisam assumir novas posturas frente aos parceiros da cadeia produtiva. Sendo assim, foi realizado um estudo de cada uma das atividades da logística, analisando como elas podem agregar valor a produtos e serviços. A grande questão está na integração estratégica através do Supply Chain Management. Isso porque as organizações já não podem mais sobreviver apenas baseadas na tradição e fidelidade. Além de se preocuparem com preço, qualidade e nível de serviços prestados, elas necessitam estar atentas, principalmente, à diferenciação.

Pesquisa (ENAPI)

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Comunicação oral

Comunicação

PLANO DE COMUNICAÇÃO E SUAS ESTRATÉGIAS PARA UMA LOJA DO SEGMENTO DE COLCHÕES

DHIEGO DA SILVA SARAIVA - ETEC PROF ADOLPHO ARRUDA MELLO
LARISSA CREPALDI TRINDADE - UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

O presente artigo apresenta os resultados finais do Projeto Experimental de Publicidade e Propaganda da FACOPP realizado junto à agência experimental "Alvo Propaganda e Marketing" no ano de 2014. Trata-se, portanto, de uma pesquisa empírica cujo objetivo geral foi apresentar soluções comunicacionais para os problemas encontrados na empresa de colchões "Sonocenter". O projeto teve início com a criação da agência experimental e sua composição, identidade visual e referências para aplicação da marca. Após essa etapa, foram realizadas as pesquisas exploratórias e de mercado para descobrir possíveis falhas comunicacionais da empresa com seu público-alvo e o posicionamento diante dos concorrentes no segmento de colchões. Finalmente, a solução encontrada para o problema de comunicação apontado pela agência experimental, baseou-se na criação de um novo posicionamento, sendo "especialista em sono" aliada às estratégias de comunicação em três fases, com o intuito de fortalecer e evidenciar a marca em seu target.