



## VEIGA DE ALMEIDA PROMOVE AULAS INAUGURAIS SOBRE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E MARKETING POLÍTICO

Daniel Pais, 5º período

Como já é de costume no começo dos semestres letivos, os cursos de comunicação da UVA (Universidade Veiga de Almeida) promoveram mais uma vez palestras enriquecedoras em seus eventos de aula inaugural. Os encontros aconteceram no dia 13 de março, no auditório do campus da Tijuca. As aulas inaugurais foram divididas em dois momentos, um pela manhã às 10 horas, com Germana Costa, sócia-diretora do grupo Approach, e outro pela noite, às 19 horas, com Ian Pinto, sócio-diretor da Top na Mídia comunicação.

Pela manhã o tema foi Comunicação corporativa, com enfoque em assessoria de imprensa e marketing. Germana é fundadora e sócia de uma



Foto: Nfoto

das maiores holdings de comunicação do país, o Grupo Approach. Na agência, ela é responsável por soluções corporativas e customizadas, transita por indústrias e organizações de todos os portes, implementando estratégias de comunicação, gerenciamento de crises e sustentabilidade.

Germana deu dicas e contou sobre a relação da assessoria e marketing com grandes empresas. Ela ainda falou sobre o mercado atual e as tendências. “Nós podemos utilizar a lógica desse mercado de redes sociais e influenciadores e ter aquela pessoa que fala de forma genuína sobre um produto ou causa. As empresas podem fazer comunicados através de influenciadores, além de apenas

fazer um release e esperar pela notícia”, afirmou a palestrante.

Além de falar sobre o mercado, a sócia-diretora comentou sobre um dos cases de maior sucesso da Approach, o Rock in Rio. “Eu cheguei na empresa em novembro do ano 2000, e naquela época o Rock in Rio estava voltando em janeiro de 2001. Esse evento foi um divisor de águas para o crescimento da empresa, tanto que o Rock in Rio continuou conosco nas edições seguintes”, declarou Germana.

No período da noite, foi a vez do publicitário Ian Pinto falar sobre Marketing político, em um bate-papo mediado pelo professor Eduardo Bianchi. Com mais de 13 anos de experiência em marketing eleitoral, Ian é fundador da Top na Mídia Comunicação, uma empresa de Marketing digital, publicidade e assessoria de imprensa voltados para atender políticos, atuando desde a criação de material impresso, site, redes

sociais e estratégia de anúncios.

O publicitário reforçou a responsabilidade que o marketing político carrega, sua função e um pouco da lógica das redes aplicada no processo de execução da campanha.

“O nosso trabalho em marketing político é efetivamente eleger alguém, utilizando elementos do discurso dele para que ele seja eleito. No final, quem elege o político é a população. Quem compra o produto desenvolvido pelo publicitário, é o consumidor, no caso, o cliente. A publicidade não controla a mente das pessoas, nós apenas mostramos aquilo que é, e o leitor decide se aquilo está em conformidade com os seus valores”, finaliza Ian.

As aulas inaugurais são formas de nos inspirarmos e conhecermos o mercado da comunicação por óticas diferentes das convencionais e entender que a comunicação é um mercado amplo e cheio de oportunidades em diversas áreas.



Foto: Nfoto

## J DA SALA DE AULA

# Evento em comemoração aos 20 anos do Blog Fim de Jogo reúne jornalistas renomados e estudantes

Gustavo Pinheiro, 5 período

Em comemoração às duas décadas do Fim de Jogo, o veículo organizou o workshop “A Cobertura Esportiva nas Redes Sociais” e a mesa redonda com o tema “Jornalismo esportivo e digital: O que mudou em 20 anos”.

Foram convidados para o evento, jornalistas com carreiras voltadas à cobertura esportiva que trabalham em veículos tradicionais e independentes, ou em assessorias de comunicação, como Eric Faria, Carlos Eduardo Mansur, Débora Gares, Smigol, Reikrauss, Fred Gomes, entre outros.

Para Cristina Dissat, editora e criadora do blog, o trabalho desenvolvido ao longo dos anos foi o principal responsável de ter trazido esses profissionais de comunicação a palestra. “A parte mais legal foi que a trajetória de trabalho no Fim de Jogo ao longo dos anos, que acabou trazendo os convidados, sem precisar necessariamente de nenhum grande veículo.”, comentou.



Foto: Anna Lemos

O bate-papo realizado pelo veículo trouxe diferentes experiências compartilhadas e perspectivas do dia a dia da profissão,

mostrando ao aluno de jornalismo as diversas possibilidades de trabalhar em um projeto independente esportivo.

## TCC NOTA 10

# Anne Rocha recebe nota máxima pela análise de pesquisa sobre o sensacionalismo na mídia

Luiz Guilherme, 7º período

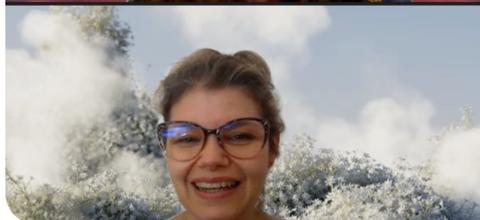
O sensacionalismo é um dos temas mais debatidos na mídia contemporânea, e foi foco de pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da jornalista Anne Rocha, que conquistou a nota máxima em seu trabalho. Seu projeto apontou os caminhos do sensacionalismo na imprensa contemporânea.

Anne revela que sua inspiração para o tema escolhido surgiu de uma profunda indignação pessoal. “Quando a cantora Marília Mendonça faleceu, sua mãe foi convidada para uma entrevista exclusiva no Fantástico, sem sequer ter passado duas semanas desde sua morte. Isso me desencadeou uma

reflexão sobre o valor real da notícia e o porquê esse fenômeno causava tanto impacto na profissão”, comenta.

Segundo a jornalista, o mais interessante foi entender que até mesmo os veículos de comunicação mais tradicionais podem fazer uso do sensacionalismo. “Ele está presente no recorte da notícia e permeia todo o processo, desde a pré até a pós-produção, muitas vezes sem que os telespectadores sequer percebam”, conta.

Se pudesse dar um conselho para os estudantes que irão embarcar na jornada do TCC, Anne diria que não existe um jeito certo ou errado de se fazer um TCC. “O importante é tentar ser organizado o máximo possível e entender que o 10 é consequência e não um objetivo”, finaliza.



## J VOCÊ NO MERCADO

# A jornada de Victor Hugo Serra entre o audiovisual e a escrita

Mariana Motta, 6.º período



Foto: Arquivo Pessoal

Victor Hugo Serra é jornalista formado pela Universidade Veiga de Almeida, foi repórter e produtor da Rádio Manchete e, atualmente, é repórter do Diário do Rio. Apesar da contratação de Victor no Diário ser para dar foco no audiovisual, o jornalista conta que se aventura na escrita.

“Peguei essa missão porque sempre trabalhei com vídeo, não tinha muita prática em jornal impresso ou em portal que usassem matéria escrita. Confesso que meu texto era totalmente focado para a televisão e quis aprender a trabalhar de uma outra forma”, conta.

O Diário do Rio é focado nas histórias, no patrimônio e na força econômica do Rio de Janeiro, principalmente da região central. Victor, que é um verdadeiro amante das histórias do Rio, comenta que o maior diferencial do Diário aos outros portais, é mostrar o lado bom da cidade. “A gente quer mostrar esse outro lado do Rio que os outros portais não mos-

tram, a parte cultural, de patrimônio e a venda de imóveis históricos da cidade”, disse.

Para o jornalista, a maior diferença entre trabalhar em uma rádio, como a Rádio Manchete, e em um portal, como o Diário do Rio, é a rotina. O repórter conta que, na rádio, é tudo no “220 volts” e fazia de tudo um pouco, era editor do jornal Panorama Manchete, entrava com notas ao vivo, matérias gravadas e também era social media. Já no portal, trabalha de forma híbrida, indo apenas duas vezes na semana para a redação.

Assim como Victor, muitos estudantes de jornalismo entram no curso pensando em atuar somente na televisão. No entanto, o jornalista aconselha que os alunos experimentem o leque de oportunidades que a profissão oferece, desde assessoria de imprensa, até produção. “É possível ter um foco ou um sonho, mas não fique preso só a isso. Continuo gostando muito de trabalhar em TV, é meu lugar de realização, mas é essencial fazer um pouco de tudo”, finaliza.

## J ESTÁGIO

# Victoria Muzi e Veiga de Almeida: uma relação além dos estudos

Victor Ferreira, 7.º período

Sempre que ouvimos falar de faculdade o que se pensa primeiro é o estudo. Mas dentro das universidades as práticas vão muito além do ensino-aprendizado. Isso porque, no período letivo, as relações aluno-aluno e, principalmente, aluno-professor, agregam em muitos aspectos. Um dos pontos positivos é a possibilidade de receber indicações de estágio, o que aconteceu com a estudante Victoria Muzi, do Campus Tijuca: ela conseguiu entrar em contato com a empresa “MercadoCom”, que trabalha com assessoria, através de uma professora.

“Já fazia estágio em outro lugar, mas me interessei por esse pois senti que me aproximava com o jornalismo em si, que sempre foi a minha paixão”, conta Muzi. A experiência nesse estágio influencia, segundo ela, na lapidação dos conhecimentos passados, através da prática. Ambiente que se distância por vezes do presenciado na universidade, mas que se complementam de alguma forma.

“Costumo dizer que o que se aprende na faculdade será o oposto no mercado. São ambientes muito diferentes, mas, unir as experiências dos dois, te molda como um bom profissional”

Victoria também fala do convívio com colegas de trabalho e de como estudar na UVA colaborou para isso. Ela, que já atuou como repórter na Agência UVA, disse que foi o divisor de águas para a carreira profissional. Afirma também que tudo que vivenciou foi proveitoso, mas que sempre pensa em conquistar mais. “É sempre bom evoluir, pensar alto, e já penso nas próximas oportunidades, pronta para viver de tudo”.



Foto: Arquivo Pessoal



# DESTAQUE



Em meio à serenidade do preto e branco, uma capela se ergue como testemunha silenciosa do tempo. Enquanto uma única alma se aventura em sua direção, o contraste entre a luz e a sombra parece ecoar a jornada espiritual de cada um de nós - uma busca pela tranquilidade interior, na esperança de encontrar respostas onde o silêncio fala mais alto.

MARIA EDUARDA GRASER, 3º PERÍODO



TV-UVA

Rafael Lisboa, 5º período

O primeiro semestre de 2024 começou, e a TV UVA, webTV da Universidade Veiga de Almeida, tem novidades para alunos dos cursos de Comunicação social.

Nesse novo semestre, a TV UVA terá novos conteúdos no Instagram e no TikTok, permitindo que estudantes de comunicação social que gostem e utilizem essas redes, colaborarem na elaboração de posts, como dicas e trends. Projetos existentes como o QuartaOn e o Instante Saúde, no Instagram, ainda terão continuidade, assim como outros quadros.

Além disso, o núcleo também está sob nova direção, sendo comandado agora pelo coordenador de jornalismo, Altayr Derossi. Há quase 20 anos na UVA, Altayr deseja que o núcleo produza e se desenvolva cada vez mais, contando com alunos proativos e bons projetos.

Para aqueles que se interessaram pelo projeto, novas oficinas e proces-



...sos seletivos acontecerão em breve, permitindo a entrada de novos integrantes. Para mais informações, a TV UVA está localizada no terceiro andar da Casa 10, também conhecida como Casa da Comunicação.

CONHEÇA OS OUTROS PROJETOS DO CURSO DE JORNALISMO



## Boletim do curso de Jornalismo da Universidade Veiga de Almeida/Tijuca

ABRIL 2024 • ANO #5 • EDIÇÃO Nº31



O *JOTA UVA News* é um produto da Agência de Comunicação Institucional do curso de Jornalismo da UVA

AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL  
Rua Ibituruna 108, casa 10, 2 andar  
Tijuca. Rio de Janeiro/RJ  
www.agecomuva.wordpress.com  
agencia@uva.br

### LINHA DIRETA

CAMPUS TIJUCA, BLOCO B, 3º ANDAR  
segunda 10h – 18h quarta 13h – 18h  
quinta 14h – 18h sexta 13h – 17h

Tem dúvidas sobre o curso, estágio, projetos ou qualquer assunto relacionado a sua vida acadêmica? Fale direto com a coordenação.  
E-mail: altayr.derossi@uva.br  
Whatsapp: (21) 98728-4796

COORDENAÇÃO DE JORNALISMO • Altayr Derossi

COORDENAÇÃO DA AGE COM • Michele Cruz

ESTAGIÁRIO • Daniel Pais

EDIÇÃO • Daniel Pais, Mariana Motta

DIAGRAMAÇÃO • Caio Bentes

COLABORADORES • Luiz Guilherme Reis, Mariana Motta, Marina Malheiro, Caio Ramos, Cleyton Igor, Francisco Emerson, Gustavo Pinheiro, Lays Pimentel, Maria Gabriela, Maria Laura, Marlon Felipe, Matheus Ignácio, Pedro Mayer, Nicolly Ribeira