NOTÍCIAS

"COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO" FOI TEMA DO CONGRESSO INTERCOM-86

Reunindo no período de 1 a 7 de setembro de 1986, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, pesquisadores e convidados internacionais e nacionais, o Congresso INTERCOM adquiriu neste ano o caráter de um encontro internacional. Além da contribuição de vários órgãos nacionais de fomento à pesquisa: CNPq, CAPES, FINEP e FAPESP, os eventos contaram com o apoio da ALAIC – Associação Latino-Americana de Investigadores de Comunicação e da FELAFACS – Federação Latino-Americana de Associações de Faculdades de Comunicação Social.

O IX Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, evento principal, teve como temário: 1) Conquistando o bem estar social: dimensões do novo desenvolvimento; 2) Construindo uma nova Ordem da Comunicação: papel das Políticas Nacionais de Comunicação e Informação; 3) Democratizando e descentralizando: comunicação para o desenvolvimento político-cultural; 4) Fortalecendo a participação: comunicação para o desenvolvimento comunitário; e 5) Integrando campo e cidade: comunicação para o desenvolvimento rural.

As questões discutidas nos demais eventos foram:

Seminário Internacional sobre Novas Tecnologias de comunicação: 1) Perspectiva da Telemática na América Latina; 2) O Brasil diante da Telemática; 3) Inovações tecnológicas: satélites, fibras ópticas e vídeo; 4) NTC e soberania regional; 5) Informática: a reserva de mercado no Brasil.

I Encontro Ibero-Americano de Pesquisadores da Comunicação: 1) A Pesquisa da Comunicação nos anos 80: temáticas hegemônicas e emergentes; 2) As condições de trabalho dos pesquisadores da Comunicação: atuação no Estado, nas Universidades, nas Empresas e nos Movimentos Sociais; 3) Possibilidades de cooperação internacional: o papel da ALAIC e das Associações Nacionais de Pesquisadores da Comunicação.

I Seminário Brasileiro de Divulgação Científica: 1) Divulgação científica: a teoria e a prática de popularização da Ciência; 2) Programas de divulgação científica das Universidades e instituições de pesquisa; 3) Papel da escola de Comunicação na criação de projetos alternativos de comunicação científica e tecnológica.

I Encontro Ibero-Americano de Editores de Revistas de Comunicação: 1) Políticas editoriais: processo de produção e difusão do

conhecimento; 2) Cooperação ibero-americana: promoção, distribuição, tradução e intercâmbio.

II Encontro Brasileiro de Documentação em Comunicação Social – ENDOCOM: 1) Thesaurus de Comunicação Social: o projeto da UNESCO e as experiências dos países ibero-americanos; 2) Por um Thesaurus Brasileiro de Comunicação Social: contribuições do PORT-CON e das escolas superiores de Comunicação.

III Simpósio Latino-Americano de Estudos de Pós-Graduação: 1) Condições atuais dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação Social; 2) Linhas de pesquisa em desenvolvimento: programas institucionais e tendências dos objetivos escolhidos pelos pós-graduados; 3) Cooperação inter-institucional: intercâmbio de docentes; 4) Cooperação científica: produção e divulgação de uma Bibliografia Básica de Comunicação Latino-Americana.

I Festival Brasileiro de Vídeo Universitário e Rádio Experimental e Alternativo: teve por objetivo premiar os melhores vídeos e programas radiofônicos produzidos por equipes de escolas de Comunicação, das emissoras universitárias, educativas ou culturais, dos movimentos sociais e grupos independentes.

Campinas sediará o próximo Congresso

O 10º Congresso da INTERCOM será realizado em Campinas, no período de 4 a 10 de setembro de 1987, contando com a colaboração da PUCCAMP e apoio do CNPq, CAPES, FINEP, FAPESP e EMBRAPA.

O evento principal – X Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – terá como tema central: "Democracia, Comunicação e Cultura". Como eventos paralelos, ocorrerão o III Encontro Brasileiro de Documentação em Comunicação Social, o I Seminário Brasileiro de Marketing Cultural, o II Seminário Brasileiro de Divulgação Científica, o I Seminário Brasileiro de Comunicação Rural, o I Seminário Brasileiro de Comunicação na Escola, o I Encontro Brasileiro de Editores de Revistas de Comunicação e Cultura, o I Simpósio Brasileiro de Metodologia da Pesquisa em Comunicação, o I Seminário Brasilerio de Comunicação Religiosa, o I Simpósio Brasileiro de Pedagogia da Comunicação e o I Simpósio Brasileiro de Comunicação Governamental.

As mostras que farão parte do 10º Congresso da INTERCOM são: III Exposição Brasileira de Publicações da Área de Comunicação Social, II Festival Brasileiro de Rádio Experimental e Alternativo, II Festival Brasileiro de Vídeo Universitário e o I Salão Brasileiro de Projetos Experimentais dos Cursos de Comunicação.

A nível de extensão universitária, a Comissão Organizadora está preparando sessões de comunicações sobre pesquisas em andamento e concluídas e os cursos de atualização e difusão cultural.

ENCONTRO INTERNACIONAL DEBATE O LAZER

Com a presença de estudiosos do Canadá, Estados Unidos, Itália, de vários países latino-americanos e de representantes de alguns estados brasileiros, a WLRA – World Leisure and Recreation Association, a ALATIR – Asociación

Latinoamericana de Tiempo Libre y Recreación e o SESC — Serviço Social do Comércio, promoveram em Bertioga, São Paulo, no período de 19 a 23 de maio de 1986, o Encontro Internacional de Pesquisadores em Lazer: Atualidades e Perspectivas.

O evento, aberto pela conferência do sociólogo Fernando Henrique Cardoso, sobre "O significado do tempo livre na realidade brasileira", teve quatro sessões plenárias e diversas apresentações e debates de trabalhos que versaram sobre temas como: "Teorias do Lazer", "Espaço Urbano", "Vida urbana e qualidade de vida", "Formação profissional em lazer" e "Populações especiais". Foram discutidas também as relações entre Lazer e Trabalho, Educação, Juventude, Mulher, Turismo e Mass-Media.

O professor Nélson Carvalho Marcelino, do curso de Turismo do IAC/PUCCAMP, apresentou o trabalho: "Considerações sobre valores expressos por autores brasileiros na relação Lazer-Educação".

NOVO JORNAL NO PARANÁ

Está circulando desde o dia 28 de julho passado, em Londrina e mais 37 municípios norte-paranaenses, o **Paraná Norte**, o mais novo veículo de comunicação da Empresa Jornalística Folha de Londrina.

Concebido com uma proposta editorial diferencial, o **Paraná Norte** atinge um universo de mais de 1 milhão de pessoas do norte do Estado, que representam o seu 2º mais forte mercado consumidor e o 3º maior do Sul do país. Com um tratamento local/ regional das notícias e o uso de uma linguagem leve e moderna, o **Paraná Norte** atinge de forma objetiva os interesses e a necessidade de informação da gente norte-paranaense.

Segundo seus editores, a força da identidade comunitária do **Paraná Norte** e a confiança do mercado publicitário local no empreendimentos foram demonstradas logo na primeira edição do jornal, cujos exemplares bateram todos os recordes em números de páginas tablóides de um jornal: 352 páginas, das quais 170 de publicidade.

PUCCAMP COMEMORA SEU 30º ANIVERSÁRIO

A PUCCAMP iniciou no último mês de outubro a programação das atividades comemorativas dos 30 anos de sua instalação como Universidade, que deverá se estender até o mês de maio de 1987.

O calendário prevê inúmeros eventos dirigidos aos públicos internos e externos, tendo se realizado, até dezembro deste ano, atividades voltadas para a comunidade, como a Exposição dos Professores de Artes Plásticas (no Centro de Convivência Cultural de Campinas, de 2 a 12 de outubro), a Exposição "30 anos da

PUCCAMP" (de 11 a 18 de outubro, no Shopping Center Iguatemi de Campinas), o Encontro de Corais, o Natal na PUCCAMP, o lançamento da edição especial sobre Carlos Gomes da **Revista Bibliográfica e Histórica** e a inauguração do marco comemorativo dos 30 anos com Missa em Ação de Graças, estes últimos no decorrer do mês de dezembro.

Pequena história da PUCCAMP

A Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUCCAMP) nasceu em 1941, com a criação da Sociedade Campineira de Educação e Instrução, pelo Bispo Diocesano D. Francisco de Campos Barreto, com a finalidade, entre outras, de fundar, manter, administrar e dirigir a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, a Faculdade de Ciências Econômicas e as instituições culturais que viessem a integrar a futura Universidade Católica de Campinas.

Em 1946, com a fundação da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, as Faculdades de Campinas passaram a integrá-la, como instituições agregadas.

Com instalação solene que se dá em 14 de março de 1956, chega à categoria de Universidade reunindo várias Faculdades e Institutos em funcionamento, nessa época, que então se desvinculam da PUC-SP. A Universidade passa a ser canonicamente Universidade Católica de Campinas.

Em 1972, a Universidade adquire especial vinculação com Roma ao receber o título de Pontifícia, concedido pelo Papa Paulo VI.

Ocupando já o prédio Central, onde nasceu a Universidade, e os prédios do Colégio Pio XII e Academia São Luiz, do Instituto de Letras, da Faculdade de Engenharia e da Faculdade de Serviço Social, foi na década de 70 que a PUCCAMP conheceu o seu maior crescimento, com a construção do Campus I, onde se encontra a maior parte dos cursos e dos alunos da instituição.

Também no Campus I está o Centro de Processamento de Dados que, além do controle administrativo, tem ainda objetivos de ensino e pesquisa, utilizando cerca de mil programas desenvolvidos na própria Universidade.

Na mesma década de 70 foi construído o Campus II, também conhecido como Cidade da Saúde, pois aí concentra-se a área de Ciências Biológicas e da Saúde da Universidade, com o Hospital e Maternidade Celso Pierro, com 21 mil metros quadrados de área construída e capacidade para 600 leitos.

A PUCCAMP hoje

Atualmente a PUCCAMP, com seus 34 cursos de graduação e 9 cursos de pós-graduação, abriga 22 mil estudantes, instalados em 110 mil metros quadrados de área construída, assistidos por cerca de 1.800 professores e 1.200 funcionários. Conta com mais de 200 mil volumes para pesquisas nas bibliotecas da Universidade.

Visando difundir e estimular o desenvolvimento cultural da vida universitária, a PUCCAMP mantém o Museu Universitário, com acervos etnológicos, arqueológicos e folclóricos; e o Coral PUCCAMP, aberto aos funcionários, alunos e professores da instituição.

A PUCCAMP EM NÚMEROS (1986)

UNIDADE	Nº Alunos	Nº Func.	Nº Profs.	Nº Cursos
1º e 2º grau				
PIO XII	2.783	73	175	4
SÃO LUÍS	436	5	53	2
SUBTOTAL (A)	3.219	78	228	6
Graduação e Pós-Graduação				
Instituto de Artes e Comunicações	1.881	26	166	6
Instituto de Ciências Biológicas	895	28	75	2
Instituto de Ciências Exatas	635	4	30	2
Instituto de Ciências Humanas	384	2	50	3
Instituto de Filosofia	302	3	26	2
Instituto de Letras	1.071	10	84	5
Instituto de Psicologia	1.040	20	151	4
Instituto de Teologia e Ciências Religiosas	99	1	12	1
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo	742	10	81	1
Fac. de Biblioteconomia	113	3	29	2
Fac. de Ciênc. Econômicas Contábeis e Administrativas	3.956	15	132	4
Fac. de Ciências Médicas	2.001	58	340	5
Faculdade de Ciências Tecnológicas	2.169	33	143	3
Faculdade de Direito	1.496	16	55	1
Faculdade de Educação	638	5	62	3
Faculdade de Educação Física	1.007	27	55	1
Faculdade de Enfermagem	264	3	39	1
Fac. de Odontologia	364	22	79	1
Faculdade de Serviço Social	346	11	31	1
SUBTOTAL (B)	19.403	297	1.640	48
Hospital e Maternidade "Celso Pierro"	–	452	–	–
Administração Central	–	452	–	–
SUBTOTAL (C)	–	904	–	–
TOTAL (A + B + C)	22.622	1.279	1.868	54

OS PREMIADOS NA MOSTRA DE PROPAGANDA RURAL

"Fácil, né? Então faz", produzida pela Livre, de Belo Horizonte, para a CAMIG, "Êxodo", da Raf, de Vitória, para os Irmãos Pianna e "Procuramos o avô deste trator e encontramos o bisavô", da MPM, de São Paulo, para a Massey Fergunson, foram os vencedores da Mostra Brasileira de Propaganda Rural nas categorias Melhor Campanha, Melhor Comercial Isolado e Mídia Impressa.

A mostra aconteceu durante o III Congresso Brasileiro de Marketing Rural, realizado de 6 a 8 de outubro no Minascentro, em Belo Horizonte. Todos os congressistas, em sua maioria profissionais de comunicação e marketing de todo Brasil, tiveram direito ao voto.

Concorreram 39 peças, produzidas por 13 agências, para 16 clientes, na categoria Mídia Impressa. A categoria Comercial Isolado reuniu 21 filmes produzidos por nove agências para 12 clientes. Finalmente, 13 trabalhos disputaram o título de Melhor Campanha.