



CÂMARA MUNICIPAL DE ARARAQUARA

REQUERIMENTO NÚMERO 0127 /18.

AUTOR: Vereador Rafael de Angeli (PSDB)

DESPACHO:

À COMISSÃO DE JUSTIÇA, LEGISLAÇÃO E REDAÇÃO.

Araraquara, 01 FEV. 2018

Presidente

Requeiro, nos termos do **Artigo 211-A**, do **Regimento Interno**, que fique constando nos anais desta Casa de Leis a matéria publicada no Jornal "*Folha da Cidade*", em sua edição de 28 de janeiro de 2018, ano 37, n. 9.667, página 11, sob o Título "**CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DA UNIARA COMPLETA VINTE ANOS EM 2018**" – Coordenadora destaca pontos importantes da graduação ao longo de sua trajetória.

Dê-se conhecimento desta deliberação ao autor da matéria, bem como ao Senhor Jolindo Freitas, responsável pelo jornal, e aos homenageados, Eduarda Escila Ferreira Lopes e Luiz Felipe Cabral Mauro.

Sala de sessões Plínio de Carvalho, 29 de janeiro de 2018.


Rafael de Angeli
Vereador

Aprovado

Araraquara, 27 FEV. 2018

Presidente

Curso de Publicidade e Propaganda da Uniara completa vinte anos em 2018

Coordenadora destaca pontos importantes da graduação ao longo de sua trajetória

Em agosto, o curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Araraquara – Uniara completa vinte anos de atividades, porém, os preparativos para as comemorações já começaram a ser planejados. A coordenadora da graduação, Eduarda Escila Ferreira Lopes, que entrou como professora em 1999, também em agosto, e assumiu o atual cargo em janeiro do ano seguinte, destaca pontos importantes do curso ao longo de sua trajetória.

“O desenvolvimento da graduação foi sempre muito produtivo, até por seu próprio atributo, que envolve muita prática. A primeira característica que eu mencionaria é o projeto pedagógico: nesses vinte anos, ele foi alterado diversas vezes, para serem inseridos conteúdos que são novidades e tendências, como novas tecnologias e redes sociais. Isso é constantemente atualizado para que o aluno tenha esses conceitos em sua formação”, destaca.

Outro aspecto colocado pela docente é que, quando o curso foi criado, a cidade ainda não tinha um mercado publicitário desenvolvido ou mesmo empresas de outdoor. “Havia jornais e rádios tradicionais, e uma ou duas agências do ramo. Então, naquele momento, as empresas de comunicação começaram a se instalar em Araraquara e, em duas déca-



das, passamos de uma para 23 agências, além de ter havido o aparecimento de muitas produtoras de vídeo e outras que trabalham com mídias sociais. A graduação fomentou a cidade e a região em relação a apresentar profissionais aptos a trabalharem”, comenta.

Um terceiro ponto ressaltado pela coordenadora é a forte atuação de alunos e ex-alunos no meio, no município. “Dentro dessas agências há, no corpo diretor, ex-estudantes que, se não são os próprios proprietários, são funcionários. Em uma pesquisa rápida, em Araraquara, tem-se uma média de 90% da mão de obra formada na Uniara, ou ainda na graduação – estagiário – atuando no mercado de comunicação”, aponta.

Eduarda lembra que, em vinte anos, o curso recebeu

inúmeros e renomados prêmios. “Temos feito um trabalho muito grande em cima disso, mas não é possível destacar um ou outro porque eles são dos estudantes, e todos são muito importantes. Nos últimos anos, temos recebido o prêmio do projeto ‘Universidade no Ar’, da EPTV Central, o que nos proporciona uma boa visibilidade. São trabalhos avaliados por um corpo de profissionais da emissora de televisão, afiliada à maior do país. Assim, entendemos que esses alunos sairão para o mercado com uma qualidade alta”, diz.

Em 2018, a professora revela que haverá uma programação comemorativa especial. “É uma data a ser celebrada, sendo que, neste ano também, a Uniara completa cinquenta anos. Estamos quase no meio do caminho de vida da institui-

ção, com muitas conquistas. Queremos trazer os ex-alunos mais para perto e valorizá-los. Eles sempre contribuem com o curso, seja para ministrarem palestras, ou recebem os estudantes em suas agências, por exemplo”, conta ela.

Hoje em dia, a publicidade é imprescindível, segundo Eduarda. “É um mercado que cresce em meio à crise, pois as pessoas precisam desse serviço para divulgar o seu negócio. É uma estratégia de responsabilidade mercadológica muito séria e que ajuda as empresas a enfrentarem esse momento, uma ferramenta que gera mais oportunidades de trabalho”, destaca.

Para quem se interessa pela carreira, a docente lembra que criatividade, inovação, e estar antenado nas novidades são características importantes. “O futuro profissional deve saber que irá para um mercado que é promissor, mesmo com um panorama econômico desfavorável. O grande diferencial é que, em meio à crise, há muitas opções. Com a publicidade, hoje, é possível trabalhar de qualquer lugar para qualquer lugar, e ter um bom resultado.

Informações sobre o curso de Publicidade e Propaganda da Uniara podem ser obtidas no endereço

www.uniara.com.br ou pelo telefone 0800 55 65 88.

Governo Juscelino Kubitschek

Leandro Carvalho-Mestre em Histórias extraído da Internet



SUGESTÃO DO SR. ANTONIO CARLOS V. SILVA SOCIÓLOGO, PROFESSOR APOSENTADO.

Juscelino Kubitschek foi eleito presidente da República em 1955, juntamente com o vice João Goulart. Nos primeiros anos do pleito após a situação política ter tomado seus caminhos (tentativa de golpe da Udn) e dos militares, rapidamente JK colocou em ação o Plano de metas e a Construção de Brasília, transferindo a capital do Brasil da cidade do Rio de Janeiro para o Planalto central.

Sendo assim, abordaremos os principais feitos realizados por JK durante o seu governo como presidente (1955-1960)

O Plano ou programa de metas (31 metas) TINHA como principal objetivo o desenvolvimento econômico do Brasil, ou seja, pautava-se em um conjunto de medidas que atingiria o desenvolvimento econômico de vários setores priorizando a dinamização do processo de industrialização do Brasil.

O desenvolvimento econômico que o Brasil viveu durante o mandato de JK priorizou o investimento nos setores de transporte e energia na indústria de base (bens de consumo) duráveis e não duráveis, na substituição de importações destacando a ascensão da indústria automobilística e na

dade social gerando riquezas e desenvolvendo a industrialização e conseqüentemente fortalecendo a economia. Sendo assim, estava lançado o seu Plano de Metas, “o Brasil iria desenvolver 50 anos em 5”.

Para ampliar o desenvolvimento econômico brasileiro considerava impossível o progresso da economia sem a participação do capital estrangeiro. Para alcançar os objetivos do Plano de metas era necessária uma intervenção maior do estado na economia priorizando então a entrada de capitais estrangeiros no País, principalmente pela indústria automobilística.

Ressalta-se que nesse período o Brasil iniciou o processo de endividamento externo. Os setores de energia e transporte foram considerados fundamentais para o desenvolvimento econômico, ressaltando-se a importância do governo Vargas neste processo com a criação da Companhia Siderúrgica Nacional em Volta Redonda-RJ no ano de 1946 e da Petrobrás no ano de 1953!

Outros setores que ganharam relevância foram o agropecuário. JK procurou aumentar a produção de alimentos e o setor energético, construindo as usinas hidrelé-



CÂMARA MUNICIPAL DE ARARAQUARA
COMISSÃO DE JUSTIÇA, LEGISLAÇÃO E REDAÇÃO

PARECER Nº 047 /18

Através do presente requerimento nº 127/18, pretende o Vereador Rafael de Angeli, que fique constando nos anais desta Casa de Leis a matéria publicada no Jornal "Folha da Cidade", em sua edição de 28 de janeiro de 2018, ano 37, nº 9.667, página 11, sob o título "Curso de Publicidade e Propaganda da Uniara completa vinte anos em 2018".

A matéria se enquadra no disposto pelo Artigo 211-A, do Regimento Interno desta Casa de Leis.

Somos favoráveis à inserção requerida.

É o parecer, s.m.j.

Sala de reuniões das comissões, 02 FEV. 2018

Presidente e Relator



José Carlos Porsani



Thainara Faria

Cabo Magal Verri