

O RELACIONAMENTO DAS COMUNICAÇÕES¹

Igor Fernando Ferreira²
Katia Pichelli³

O jornalismo, durante vários anos, vem mostrando um envolvimento cada vez maior com os acontecimentos da sociedade. Inserido no contexto da comunicação voltada para o grande público, o jornalismo, e a própria figura do jornalista, se viu inserida dentro de uma nova concepção comunicacional: faça-se ouvir e interaja com as demais áreas da comunicação social. Muito disso, se deve a forma de propagação da indústria cultural, em que os *slogans* e as chamadas publicitárias passam a ter mais interesse do que o próprio conteúdo da informação. Nesse sentido, o relacionamento intrínseco do jornalismo com as demais áreas da comunicação - publicidade, propaganda e relações públicas - está mais do que presente no panorama atual das comunicações. Com essa perspectiva, torna-se imprescindível a adaptação desses meios. O evento "Semana do Estudante Universitário", realizado na *Embrapa Florestas*, entre os dias 13 e 17 de outubro de 2003, pode ser citado como exemplo do relacionamento de comunicações distintas, mas próximas. O evento teve como objetivo integrar o estudante universitário à atividade florestal e repassar informações sobre as demais atividades relacionadas ao meio ambiente. Assim, foi possível integrar as comunicações, fazendo com o que o jornalista pudesse associar os conhecimentos relacionados às atividades de relações públicas. Para a realização do evento foram necessárias diversas reuniões entre os organizadores, com o intuito de planejar e montar a estrutura do evento. Após essa etapa, passou-se para a parte prática, constituída por: definição das palestras, divulgação - interna e externa (imprensa e público alvo) - confecção de material, definição da estrutura física, inscrição dos participantes, distribuição de palestras e ensalamento, e demais atividades relacionadas à organização do evento. Conforme previsto, o evento foi realizado na data prevista, concluído com uma viagem técnica. Por se tratar de uma atividade com caráter técnico-científico, mas, ao mesmo tempo, comunicacional, a participação da Área de Comunicação e Negócios foi de fundamental importância para o cumprimento de uma de suas maiores atribuições: comunicação e negócios tecnológicos, culminando com a transferência de tecnologias. O evento conseguiu, então, aliar o jornalismo - comunicação - e o repasse de conhecimento - transferência de tecnologia.

¹ Trabalho desenvolvido na *Embrapa Florestas*

² Aluno do curso de Comunicação Social – Jornalismo. UnicenP – Centro Universitário Positivo

³ Jornalista responsável da *Embrapa Florestas* - ACN - Área de Comunicação e Negócios katia@cnpf.embrapa.br