

ESTRATÉGIAS PARA A VIDA

Trabalho em equipe, flexibilidade para lidar com pressão e disciplina são alguns dos ensinamentos que vêm das quatro linhas do gramado



Carreira

O mercado de trabalho dos analistas de redes sociais

Conheça a UnG

Os benefícios de estudar dentro de um shopping center

Editorial

Ensino, futebol e as lições

Desde o início deste semestre tenho caminhado periodicamente pelos *campi* da Universidade. Entrado em salas de aula, observado laboratórios, conversado com alunos e professores. Esse exercício vem sendo muito proveitoso e tem permitido que identifiquemos caminhos para cada vez mais ampliarmos as possibilidades de ensino, de pesquisa e de outras atividades que possam agregar ainda mais valor à formação profissional dos estudantes da UnG.

Essa formação que almejamos é completa, com atributos que permitam aos estudantes fazerem parte da seleção dos melhores profissionais das grandes corporações – faço, aqui, uma analogia com o futebol, cujas técnicas e estratégias muito podem acrescentar ao nosso cotidiano.

Assim como nesse esporte, que é paixão nacional, mesmo a melhor habilidade precisa ser lapidada, preparada, treinada. Para isso, é importante poder contar com um bom técnico (na analogia, professores), com preparadores físicos experientes (funcionários técnicos) e boa estrutura (laboratórios). Esse conjunto auxiliará esse atleta (estudante) a aprender novas técnicas, mostrará a importância do trabalho em equipe, fortalecerá capacidades já existentes, como flexibilidade, persistência e disciplina.

O futebol, como poderá ver na reportagem de capa deste jornal, pode ser muito mais que uma partida. O estudo também pode ser muito mais que a busca por um diploma. Tudo dependerá de seus expectadores, da capacidade, da vontade e do interesse desses expectadores em aspirar o que de melhor a escola, a Universidade oferece.

Não é intensão aqui resumir a formação profissional a disputas do esporte bretão, sobretudo em vésperas de Copa do Mundo, em que as opiniões estão e continuarão divididas. A proposta é mostrar como, de tudo na vida, podemos tirar lições.



Prof. Antonio Veronezi
Chanceler da UnG

Nossa Língua

Juracy Liceras de Britto

Professor Emérito e docente do curso de Letras da UnG.

As Peculiaridades do Gênero no Português

No reino animal ocorre distribuição opositiva entre machos e fêmeas; todavia, nas línguas, há dificuldade em lidar com essa questão, pois o par masculino e feminino nem sempre segue critérios reais.

No latim havia o gênero neutro, que não sobreviveu no Português e, por isso, nossa língua se estruturou no gênero bipartido masculino / feminino. Herdamos, pela evolução fonética do latim, as formas dos fonemas **o / a** como marcas do gênero: capram > capra > cabra (feminino); lupu > lupo > lobo (masculino).

Ocorre que o Português estendeu o par dos gêneros a todos os nomes, mesmo não sendo machos ou fêmeas, e isso deu às palavras certa dinâmica feminina ou masculina pela influência cultural: a janela, a cortina (ares de feminilidade); o tijolo, o teto (ares de masculinidade).

Esse fenômeno gramatical abrangeu também formas importadas e aportuguesadas: o futebol (do inglês), o açúcar (do árabe), o moleque (do africano), o caçara (do tupi).

O neutro não foi assimilado pelo Português, mas nos deixou alguns vestígios: isto, isso, aquilo; tudo, nada; o correr, o brincar e outros raros exemplos.

O latim ainda nos legou nomes com os finais e, s, z, r, l, com o gênero estabelecido ou pela origem ou pela influência cultural: a ponte, o dente, o animal, o mês, o rapaz, o mar e outros.

Desse modo, precisamos distinguir o gênero real do gênero gramatical, como ocorre em pato / pata, em que há uma diferença sexual e, ao mesmo tempo, há a ocorrência gramatical pela incidência dos fonemas o e a, que são marcas do feminino e masculino; já nos seres inanimados só existe a ocorrência do gênero gramatical, como em a vidraça (feminino) e o porto (masculino).

Essa distribuição do par masculino / feminino, estendida a todos os nomes, fossem seres vivos ou inanimados, deu ao Português expressiva estabilidade gramatical no gênero, um problema complexo de âmbito lógico e afetivo em todas as línguas.



EXPEDIENTE – JORNAL MATÉRIA-PRIMA

Produção: Depto. de Comunicação e Marketing

Jornalista Responsável: Adriano Magrinelli (Mtb 52.090/SP)

Redação: Camila Garcia (Mtb 60.003/SP) / Jéssica Lima

Coordenação de Fotografia: Élcio M. Melo (Mtb 032078/SP)

Projeto Gráfico e Editoração: KG2 Design

Impressão: NeoGraf Gráfica e Editora

Tiragem: 15 mil exemplares

Contato com a redação: 11 2464-1775 | amagrinelli@ung.br

Mantenedora: Ass. Paulista de Educação e Cultura

Chanceler: Prof. Antonio Veronezi

Reitora: Profa. Luciane Lúcio Pereira

Pró-Reitores: Prof. Anselmo Milani

Prof. Mario Alberto Marcondes Perito

Shopping também é lugar de estudo

No Shopping Light desde 2008, Universidade aposta em segurança e horário diferenciado para atrair alunos. Estratégia é aprovada por estudantes

Comprar ou fazer uma refeição já não são as únicas atividades dos visitantes do Shopping Light, tradicional centro de compras instalado no coração da capital paulista. Com vizinhos ilustres (em frente ao Teatro Municipal, a poucos metros da Prefeitura de SP e ao lado do Viaduto do Chá), o prédio, inaugurado em 1929 e tombado em 1984, vem recebendo frequentadores ávidos por outro tipo de consumo: o de ensino e cultura. É que desde 2008, o Shopping abriga o Campus São Paulo da UnG, que oferece cursos de graduação, pós-graduação, extensão e técnicos (Pronatec).

Instalada no 3.º e 4.º andar do Light, a Unidade possibilita que inúmeros trabalhadores do centro tenham acesso a um ensino de qualidade, inclusive os lojistas do próprio Shopping, incentivados por um convênio que oferece descontos nas mensalidades dos cursos. "É bastante positivo para a região abrigar instituições de ensino, pois elas trazem jovens para o centro e reforçam sua multifuncionalidade, além de ser um aspecto facilitador para estudantes que precisam frequentar bibliotecas e pontos culturais relevantes. Para quem trabalha no centro, estudar por aqui representa uma enorme comodidade e economia", aponta o superintendente da Associação Viva o Centro, Marco Antonio Ramos de Almeida. De acordo com a entidade, cerca de 370 mil profissionais trabalham nas regiões que compreendem Sé, Anhangabaú e República.

O estudante que opta pelo Campus tem acesso a uma série de facilidades, que vai do horário diferenciado das aulas à segurança, localização e infraestrutura. "E não falamos aqui apenas da estrutura da Instituição, que por si só já é um grande diferencial", aponta a gerente de Marketing da UnG, Lúcia Ribeiro. Além das salas de aula, biblioteca e laboratórios, os alunos da Universidade têm à disposição todas as instalações do centro de compras, como lojas, serviços e praça de alimentação. Há, ainda, o quesito acessibilidade, composto tanto pela facilidade de acesso via transporte público (o Campus fica a alguns metros da estação Anhangabaú do metrô e do terminal de ônibus Bandeira) quanto particular.

Essa facilidade, aliás, é um dos motivos elencados pelos estudantes para a escolha do Campus da UnG em São Paulo. Levantamento realizado pelo *Matéria-Prima*



Campus da UnG no Shopping Light



Vista do Vale do Anhangabaú, região central de SP

em abril deste ano mostrou que o item foi citado como influenciador por 28% dos alunos entrevistados. Ficou atrás apenas da proximidade com o local de trabalho

(citado por 55% dos pesquisados) e do horário diferenciado (43%) – a pesquisa ouviu 53 alunos, que puderam indicar mais de um quesito como influenciadores na escolha da Instituição.

"O horário diferenciado e o fato de estar no centro, onde trabalho, foram decisivos para a minha escolha", disse Alessandro Nascimento de Lima, 23 anos, estudante do 4.º semestre de Administração. "As diversas opções de transporte contaram muito na minha decisão", destacou Sheila Martins dos Santos, 25, aluna do 7.º semestre do mesmo curso.

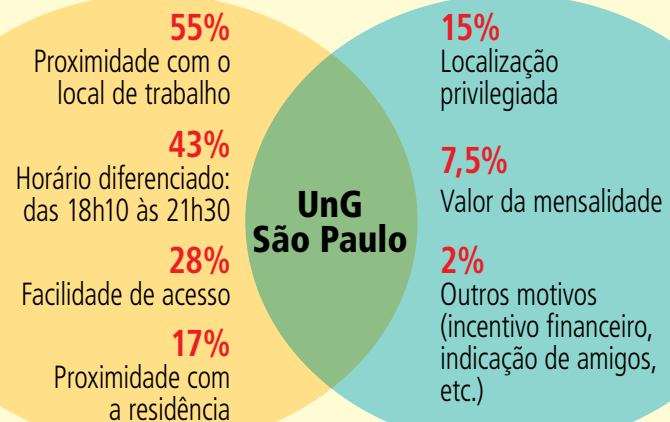
A segurança também foi destacada pelos estudantes. "Sinto-me mais seguro estudando dentro do Shopping. Há muitos prédios comerciais em volta do Campus, ao contrário de outras instituições, que muitas vezes são isoladas", diz Alessandro.

De acordo com o superintendente da Viva o Centro, a região central da capital é mais segura que a maioria dos demais bairros de São Paulo, pois é uma área altamente monitorada. Segundo ele, só no Triângulo Histórico (Largo São Francisco, Largo São Bento e Praça da Sé) há 337 câmeras de segurança, além de extensa cobertura policial.

Lúcia Ribeiro afirma que a Instituição escolheu o local, em pleno Viaduto do Chá, em função do perfil e das necessidades dos alunos. "Quase 80% deles trabalham na região e vão direto para a aula. Contar com diversos serviços à mão auxilia muito o dia a dia desses estudantes".

Porque escolheram a UnG São Paulo

Em abril, o *Matéria-Prima* esteve no Campus SP da UnG e ouviu de dezenas de estudantes os motivos que influenciaram em suas decisões na escolha da Universidade. Os entrevistados podiam apontar mais de um item. Veja o que eles destacaram.



Participe dos eventos da UnG. Eles ajudam a melhorar seu portfólio e ainda são válidos como atividade complementar.

10 e 24/05 – Cinema vem à Universidade
(Campus Guarulhos-Dutra e Itaqué)
Informações: 2423-7617

12 a 16/05 – I Simpósio de Educação Física
Das 8h às 11h e das 19h20 às 22h30 (Campus Guarulhos-Centro, Anfiteatro C, Sala de Dança, Salão de Exposições e Quadras Externas)
Informações: 2464-1694

13 a 15/05 – IV Jornada de Comunicação
Das 19h20 às 22h30
(Campus Guarulhos-Centro, Anfiteatro F e Prédio O)
Informações: 2464-2714

24 a 30/05 – A fotografia na cena moderna e contemporânea – 3.ª Edição
Das 8h às 22h30 (Campus Guarulhos-Centro, Salão de Exposições)
Informações: 2464-2711

Programa-se



Muito mais que uma partida de futebol

O esporte mais popular do mundo pode servir de inspiração para diversos ensinamentos profissionais. Pratique-os e seja um campeão

O Brasil é o País do futebol, isso todo mundo sabe. Cinco vezes campeão mundial, campeonatos regionais e nacional altamente competitivos, povo apaixonado, nação responsável pela revelação de inúmeros craques e sede da próxima Copa do Mundo. Daqui a poucos dias, brasileiros de todas as idades, homens e mulheres, se vestirão de verde e amarelo contagiados com o clima da torcida.

Além do objetivo maior do futebol, que é fazer a bola entrar no gol e consagrar campeões, o esporte bretão também pode servir de inspiração para diversos ensinamentos de vida e contribuir com a carreira profissional. Planejar dribles estratégicos, respeitar o adversário, saber trabalhar em equipe e minimizar falhas para alcançar o resultado são disciplinas obrigatórias para o bom jogador de futebol e que podem ser utilizadas no dia a dia corporativo. O ex-jogador Marcelinho Carioca aprendeu bem a lição. Durante mais de 20 anos em que atuou nos gramados, em

times como Corinthians, Vasco e Flamengo, extraiu o máximo de conhecimento técnico, cultural e educacional para hoje se dedicar à carreira de empresário. Além de comentarista esportivo, jornalista e educador físico por formação, é também dono de um *resort* na cidade de Atibaia. "Ninguém constrói nada sozinho. Todo campeão sabe que o sucesso de uma conquista é coletivo e que cada peça da equipe contribui de maneira especial para chegar ao resultado almejado", explica o ex-jogador.

É durante o treinamento que o técnico e os jogadores analisam seus potenciais, apontam os melhores em cada posição, ensaiam jogadas, combinam estratégias, reconhecem o gramado quando se aproxima o jogo, procuram minimizar as falhas, treinam cada detalhe que julgam importantes, investem tempo, pois sabem que uma equipe que não treina, não é capaz de chegar aos melhores resultados. No universo empresarial, as características são as mesmas. "Cada ser humano é único: tem



Olga Tessari, psicóloga e escritora

aptidões, conhecimentos, experiências e dons diferentes. Se cada pessoa for capaz de descobrir todo o seu potencial e colocá-lo em prática, ela só tem a ganhar na carreira; e a empresa em que atua também usufrui deste ganho por ter esse bom profissional no seu time de funcionários”, explica a psicóloga e escritora Olga Tessari, autora do livro “Dirija sua vida sem medo”.

É também durante os campeonatos que o torcedor tem momentos característicos de raiva, alegria, tristeza, euforia, o que acaba influenciando em seu estado de saúde “No ambiente corporativo, nem sempre é possível

expressar tudo o que se sente por conta do medo de perder o emprego, de não conseguir uma promoção, de magoar colegas. É por isso que, muitas vezes, as pessoas se sentem pressionadas, porque não podem dizer tudo o que sentem de forma natural. Como o ideal é não reprimi-las, é fundamental buscar outras formas de expressar as emoções, como na prática de exercícios físicos, no choro, na conversa e desabafo, em um tratamento psicológico ou assistindo a partidas de futebol”, conta Tessari.

Como só pode existir um ganhador nas disputas, saber aceitar o resultado é talvez um dos maiores ensinamentos do esporte. E se a torcida pressiona, a sociedade também não perdoa. “O mundo ensina que precisamos vencer o tempo todo e muitas vezes somos punidos quando perdemos. Porém, errar faz parte da vida”, acredita a psicóloga. Mas o grande mal do ato de perder está em procurar culpados. Os técnicos de futebol conhecem bem essa realidade e precisam ser firmes para não desistir no meio do caminho e não deixar que rumores atrapalhem a produtividade do time. “Não existe super-herói. As

carreiras de técnico de futebol e jogador são instáveis. É preciso ter muita luz, discernimento e persistência para seguir adiante”, disse Tite, ex-técnico do Corinthians, durante uma de suas entrevistas. “Se a intenção era vencer e isso não aconteceu, ao invés de procurar culpados, o melhor a fazer é avaliar onde aconteceu o erro, porque ele aconteceu e refletir sobre como agir na próxima vez para evitar novos enganos. Não busque culpados. Assuma os erros, aprenda com eles e siga em frente”, sugere Tessari.

Tudo o que vemos no mundo corporativo aparece no ambiente do futebol de maneira mais dramática e condensada. É nisso que acredita Edson Rodriguez, administrador de empresas e autor do livro “Futebol para Executivos – Como aplicar as táticas do futebol nas empresas”. Na publicação, o escritor fala sobre liderança e espírito de equipe no universo do futebol, além de traçar um paralelo com o mundo corporativo. “Há muita semelhança entre os dois ambientes. Quando existe uma equipe em campo, é como se pudesse ser visualizado um ciclo empresarial completo. Imagine uma empresa, com um grupo de trabalho que tem um projeto, que depende de metas e objetivos. No futebol também existem ciclos e subciclos, e no jogo vemos as pessoas trabalhando, os resultados da coordenação (técnico) e a concorrência (adversários)”, explicou Rodriguez durante entrevista à Catho.

Não há dúvidas de que o futebol dá uma verdadeira lição ao líder e aos gestores. Todos os colaboradores de uma empresa fazem parte da mesma engrenagem. A valorização de um talento, tanto no esporte quanto nas organizações, precisa acontecer constantemente. “Qualquer profissional tem seus medos, anseios e vontades. Independentemente do preparo técnico que tenha para o negócio, esse líder deve conhecer o perfil dos colaboradores que estão na equipe. Características como agir sob pressão, eficácia e espírito de grupo devem ser mapeadas em todos os indivíduos. Com isso, o gestor poderá armar seu time da melhor maneira”, pontua o administrador.

TOQUE DE BOLA

Aproveite a Copa do Mundo para desenvolver características peculiares e bastante positivas que podem beneficiar ainda mais seu convívio social e profissional.

Sentimento coletivo

Torcer pela seleção gera uma compaixão relacionada à vontade de expressar o amor por um grupo ao qual você e outras milhares de pessoas pertencem. “Isso acaba gerando maior companheirismo e união entre as pessoas que gostam de futebol, sobretudo quem tem um time em comum”, explica o psicobiólogo Ricardo Monezi.

Metas e planejamentos bem definidos

O profissional, em qualquer formação, deve estabelecer metas claras, bem como fixar datas por meio de cronograma. “De nada adiantam as metas se não forem pareadas com as estratégias para alcançá-las. Neste ponto, o planejamento é o caminho que irá nortear os passos rumo ao seu sucesso pleno ou parcial”, explica o consultor esportivo e professor do curso de Psicologia da UnG, Edson Marinelli.

Solidariedade

A felicidade pela conquista de um título importante faz com que as pessoas fiquem mais solidárias e passem a oferecer e receber ajuda e compartilhar informações, opiniões, momentos de alegria e outros sentimentos que podem ser utilizados em demais situações do dia a dia em prol de uma vida social mais agradável.

Lidar com os diversos tipos de emoções

Um dia a gente ganha, em outro a gente perde. Ricardo Monezi explica que há espaço para o sofrimento e o contentamento, mas o importante é saber administrar as emoções para não sofrer demais e nem tirar os pés do chão. “Podemos ficar irritados com a eliminação do nosso time, mas logo precisamos ter força o suficiente para voltar a fazer o que sabemos de melhor: torcer.” A alegria também é fundamental para encarar os dribles que a vida nos dá de vez em quando. “Isso nos deixa fortalecidos e prontos para outra”, finaliza Monezi.

Pesquisa em foco

Urbanização é tema de estudo



Pesquisadores durante trabalho de campo no Parque Continental II

Foi pensando na oportunidade de contribuir com a população guarulhense que Adriana Oliveira, mestranda em Análise Geoambiental na UnG, desenvolveu estudo focado na ocupação urbana da região do Parque Continental II, em Guarulhos. “Um dos maiores impactos negativos no meio ambiente é gerado pelos processos de urbanização, sobretudo quando executados de forma inadequada”, aponta a pesquisadora.

Sob a orientação do prof. dr. Márcio Roberto Magalhães de Andrade e co-orientação do prof. dr. Antonio Manoel dos Santos Oliveira, Adriana conduziu seu estudo pela abordagem geotecnológica, ou seja, aquela que considera o homem como agente transformador. “A urbanização em Guarulhos aconteceu de maneira muito rápida. Por meio da análise de diversos cenários pude confirmar que os processos de erosão e assoreamento foram gerados pelo homem. Se a ocupação daquela região tivesse sido realizada de forma adequada, hoje seria possível reduzir os prejuízos”, explica.

De acordo com a pesquisa, em 1962 não havia uso urbano na região e a mata ocupava quase 65% da área. Em 1970, houve aumento da vegetação e diminuição da mata, porém sem sinais de urbanização. Em 1986, era possível observar uma intensa transformação no local, como redução do uso agrícola e aparecimento do solo exposto do vale. Em 1994, o solo exposto passou a predominar e, no ano de 2010, houve domínio da ocupação urbana. “Para a comunidade local os resultados da pesquisa são muito úteis, pois indicam caminhos para a recuperação da área degradada. Uma das vocações para o bairro poderia ser a instalação de um parque verde. Se isso acontecesse seria então consolidada a missão da Universidade, que é contribuir para o desenvolvimento da sociedade”, explica o prof. Antonio Manoel.

A pesquisa foi conduzida no período de 2012 a 2014, com financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Capes.

Na comunidade

Bagagem de conhecimentos

Projetos desenvolvidos por estudantes de Turismo e Arquitetura buscam reforçar valores das culturas e histórias de regiões de SP

Dois cursos da UnG vêm se debruçando em projetos que visam resgatar e reafirmar o valor histórico e cultural de duas importantes cidades paulistas: Paranapiacaba e Santa Isabel.

Encabeçado por estudantes e professores de Arquitetura e Urbanismo, o projeto “Estudo e análise da Vila Ferroviária de Paranapiacaba” visa estudar o perímetro urbano composto pela Vila Velha e Vila Martin Smith, com foco na contextualização histórica da arquitetura, ocupação e níveis de tombamento. “Alguns imóveis da cidade não foram contemplados pelo PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) para ações de restauro. A pesquisa dará origem a um inventário, que trará informações sobre esses bens e irá munir a Associação dos Monitores Ambientais da Vila Ferroviária de Paranapiacaba para que pleiteie a inclusão no Programa” explica o prof. Paulo Eduardo Gonçalves, diretor do curso de Arquitetura da UnG.

No dia 05 de abril, mais de 120 estudantes do primeiro ao último semestre do curso realizaram a primeira visita técnica na cidade. “Foi um trabalho bastante positivo. Conseguimos desenvolver as fichas de inventário e fizemos desenhos de observação. Após esta primeira etapa, iniciaremos as análises dos dados e a elaboração do relatório final da pesquisa”, conta Gonçalves.

A Vila de Paranapiacaba é um exemplo das dinâmicas e manifestações dialéticas da história. Todo o entorno da cidade registra o descompasso e a ruptura entre o novo e o antigo, exemplo do momento histórico da modernidade, que transforma seus espaços na busca pela sobrevivência. “As casas que antigamente eram residências de operários, hoje funcionam como restaurantes para atender à demanda turística, caminho escolhido pela atual administração para proporcionar desenvolvimento socioeconômico para a Vila”, explica o professor.

Santa Isabel também foi uma das cidades



Estudantes e professores em Paranapiacaba



Praça central da cidade de Santa Isabel

escolhidas para ser beneficiada por ações realizadas pela UnG. Os alunos do terceiro semestre de Turismo estão em fase de levantamentos e têm como desafio desenvolver um projeto de planejamento turístico para a cidade, com garantias ao desenvolvimento sustentável e conquista de mais benefícios à localidade. Além de explorar os espaços turísticos que o município já possui, o grupo precisará criar novas possibilidades de entretenimento, que reforcem os traços culturais e históricos do município de 182 anos. O trabalho deve ficar pronto no final deste ano.

O prefeito de Santa Isabel, Padre Gabriel, esteve na UnG no mês de fevereiro para conhecer a iniciativa e dar o aval para o início das atividades. “Santa Isabel possui muitos potenciais turísticos. Tenho certeza que deste bate-papo sairão excelentes ideias, que fortalecerão a cidade e contribuirão para o crescimento e desenvolvimento profissional desses jovens”, disse.

Vera Biojone, diretora do curso de Turismo, acredita que a parceria entre UnG e Prefeitura de Santa Isabel irá somar conhecimentos. “Será uma oportunidade de trabalho bastante positiva, pois a cidade ganhará projetos interessantes, e os estudantes terão a oportunidade de desenvolver um belo trabalho de campo”.

Ações como essas, que buscam valorizar a cultura e criar espaços de trabalho para os estudantes, reforçam preceitos valiosos da Universidade. “Somos uma instituição beneficente, responsável socialmente, que compartilha com a sociedade o conhecimento gerado em suas salas de aula e em seus laboratórios. A valorização e o respeito ao ser humano sempre fizeram parte da política institucional da UnG”, enfatiza o pró-reitor de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão, prof. Anselmo Milani.

Vacina contra o vírus do HPV: entenda

Em março, teve início em todo o País a campanha de vacinação contra o vírus do HPV (Papiloma Vírus Humano). Foi a primeira dose da vacina quadrivalente, que previne contra quatro variáveis do vírus (que tem mais de 100 tipos): o 16 e o 18, presentes em 70% dos casos de câncer de colo do útero; e o 6 e o 11, presentes em 90% dos casos de verrugas genitais. A segunda dose deve ser tomada com intervalo de seis meses; e a terceira, de reforço, cinco anos após a primeira dose. Neste ano, serão imunizadas as meninas com 11, 12 e 13 anos de idade. Em 2015, será a vez das meninas com 9, 10 e 11 anos e, em 2016, apenas as meninas com 9 anos de idade. A estratégia divide opiniões entre poder público, médicos e sociedade.

Para entender melhor a campanha, o Matéria-Prima consultou dois profissionais: a enfermeira e docente da UnG, Helena Yaeko, que é especialista em Educação em Saúde Pública e Epidemiologia; e o médico Rogério Moreno, ginecologista do Hospital e Maternidade São Luiz.



prática do sexo, efeitos colaterais e, principalmente, medo do desconhecido. A maioria dos pais não consegue pensar uma proteção futura da sua filha com uma doença relacionada ao sexo.

A vacina é segura? São necessários mais estudos para validar a eficácia da imunização?

A divulgação pelos órgãos da saúde sobre a vacina, sua eficácia, complicações e benefícios, com o intuito de orientar a população, já faz parte do processo. As últimas estimativas apontam que mais de 3,4 milhões de meninas foram vacinadas no Brasil. Estatisticamente falando, a imunização é segura. Algumas reações podem acontecer, como em qualquer outra vacina.

Como as mulheres com mais idade devem se comportar em relação à vacina? Há eficácia para a faixa etária de 25 a 64 anos, por exemplo?

Os estudos mostram eficácia maior nas meninas que não iniciaram a vida sexual, mas as que já iniciaram podem tomar a vacina; algum benefício sempre ocorrerá. Em relação às mulheres de mais idade, cabe a elas e aos seus médicos decidirem pela imunização (custo-benefício), levando sempre em consideração a exposição ao vírus, quantidade de parceiros e meios de proteção.

Como age a vacina contra o vírus HPV?

A vacina atua no estímulo à produção de anticorpos no organismo dos indivíduos. No caso do HPV, quanto mais cedo a menina for imunizada, maior é a sua eficácia, pois, na maioria das vezes, com 11, 12 anos ela ainda não iniciou a atividade sexual e não foi exposta ao vírus. Estudos mostram eficácia de até 90%.

A eficácia é a mesma para as meninas que já iniciaram a vida sexual?

A eficácia da vacina diminui após a prática do sexo, porque existe maior prevalência do contato com o HPV. Então, acreditando que a menina teve contato com o vírus, mesmo sem ter a doença, a resposta pode não ser a mesma.

Observa-se certa rejeição por parte da sociedade em relação à vacina. É um tabu que precisa ser quebrado?

Sim. Do ponto de vista da saúde pública, a vacina é um procedimento muito importante de proteção. Os tabus estão relacionados ao estímulo precoce à

Mesmo tomando a vacina, a transmissão do vírus HPV pode acontecer?

Sim. Como existem mais de 100 tipos de cepas de vírus e a vacina protege contra quatro deles (mais perigosos, que se relacionam ao câncer genital), pode acontecer uma contaminação com algum tipo de HPV. A prevenção é, sem dúvida, a maior arma. Essa estratégia deve começar em casa, com esclarecimentos de dúvidas, orientação sexual, presença dos pais, além de controle de bebidas, drogas e comportamento do adolescente. É importante, ainda, atenção ao uso de métodos contraceptivos e à escolha de parceiros.

O sonho que se tornou realidade

Se para alguns a rotina de um hospital parece desgastante, para Tatiana Viera Machado, 34 anos, passar horas e horas entre uma consulta e outra e cuidar de seus bichanos é a confirmação da paixão pela profissão que escolheu: médica veterinária. Formada em 2001 pela UnG, lembra com carinho dos anos em que passou na Instituição e sente saudades dos colegas e professores. "Fiz parte da primeira turma do curso e conquistei muitos amigos. A experiência de estudar e colocar os ensinamentos em prática no Hovet foi o diferencial na minha formação", lembra Tatiana.

Pós-graduada em Clínica Médica e em Terapia Intensiva, a veterinária é sócia do Hospital Veterinário Animaniac's, com unidades no Tatuapé e na Vila Matilde, em São Paulo. Sua parceira no empreendimento é a irmã, também médica veterinária formada pela UnG. As duas lideram uma equipe com mais de 100 funcionários e têm planos de inaugurar a terceira unidade do Hospital nos próximos anos.

Sempre que pode, Tatiana arruma tempo para compartilhar seus conhecimentos com os estudantes da Universidade, onde participa de palestras e *workshops* durante as semanas acadêmicas do curso.



Mercado

Analista de redes sociais ganha espaço no mercado

Conheça mais sobre o profissional que utiliza as redes sociais como ferramenta de trabalho



Se você é do tipo que adora twittar, compartilhar informações, fotos e vídeos com os amigos no Facebook e Instagram, saiba que pode fazer desta atividade um ofício. Nas últimas duas décadas, com a popularização da internet e a disseminação de ferramentas relacionadas à tecnologia da informação, as empresas foram obrigadas a incorporar novas atividades de comunicação para fidelizar clientes e construir uma boa reputação da marca. É neste período que surge a figura do analista de redes sociais, profissional responsável por trabalhar a imagem das marcas na internet, identificar o perfil do público, prever problemas e fazer a mensuração de resultados positivos ou negativos da organização.

O mercado é promissor. Pesquisas apontam que mais de um bilhão de pessoas no mundo utilizam redes sociais e o brasileiro é um dos que mais acessam. Segundo dados da Nielsen, provedora global de informações e *insights* sobre consumidores, o desejo de opinar sobre produtos e serviços é citado por 68% dos usuários de redes sociais, ou seja, cada vírgula que a empresa posta impacta um número exorbitante de pessoas. "São muitas as atribuições de um analista de redes sociais. Relacionamento com o cliente, captação de oportunidades, comunicação interna e serviço de atendimento ao consumidor são algumas delas", explica Glauson Mendes, líder educacional da Planeta Y, empresa de monitoramento de redes sociais especializada no mercado educacional.

A jornalista Francielli Abreu está no mercado de web há alguns anos. Atualmente coordena uma equipe de quatro analistas de redes sociais na Rae,MP, agência responsável pelas contas de empresas como Lukscolor Tintas, Hospital e Maternidade Santa Joana, Audi, Volkswagen e Honda. "Após a conclusão da graduação comecei a atuar em portais e passei a fazer cursos de especialização na área de web. Em 2008, houve um "boom" das redes sociais e notei o quanto o mercado estava despreparado para atuar com crises na internet. Percebi que esse seria então um novo nicho profissional e comecei a estudá-lo", explica.

A falta de profissionais capacitados para atuar no setor tem causado dificuldades para muitas empresas que estão iniciando suas estratégias na web. "As organizações já entenderam que é impossível ficar ausente deste cenário. Quem não realizar boas estratégias digitais está fadado ao fracasso", acredita Francielli.

Apesar de ser prazeroso, o trabalho de analista de redes sociais exige algumas qualificações. Visão estratégica, bons textos, conhecimentos em monitoramento

e captação de dados *on-line*, elaboração de relatórios com métricas, análises de resultados e domínio intermediário em inglês são algumas das características que esse profissional deve apresentar. "A pessoa que deseja migrar para esse ramo deve, primeiramente, analisar a maneira como está utilizando suas próprias redes sociais. Muitos exploram de forma errada e sem troca de informações e conteúdos relevantes às pessoas com quem se relacionam. O gestor que precisa contratar um analista certamente irá pesquisar o perfil dos candidatos nas redes. É necessário utilizar essas ferramentas visando a profissionalização e não apenas como passatempo", sugere a especialista.

Glauson frisa ainda que o profissional de redes sociais deve conhecer bem o planejamento estratégico da empresa para que possa trabalhar com mecanismos digitais relevantes. "Ser um analista é muito mais do que postar citações em mídias sociais. Inteligência emocional, conceitos de netnografia, escuta ativa, facilidade de relacionamento e harmonização com departamentos internos são itens indispensáveis para quem almeja sucesso nessa profissão, que ainda tem muito para crescer", aponta.

Pensando nessa nova possibilidade de atuação, os cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da UnG oferecem em seus conteúdos programáticos diversos estudos comunicacionais e culturais que promovem o aperfeiçoamento do estudante para atuar na área de redes sociais. "Nosso curso possibilita ao aluno uma visão ampla dos cenários da comunicação, e isso inclui desde os meios mais convencionais, como TV, rádio, revista, criação e produção, até a comunicação corporativa e web, além dos eventos e palestras realizadas durante todo o ano com profissionais de mercado", explica a diretora do curso de Comunicação da UnG, profa. Flávia Delgado.

Quem pode atuar nesta área?

Profissionais formados em Comunicação, como Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Marketing e Relações Públicas são bastante requisitados pelas empresas. Porém, com a área em expansão, psicólogos, programadores, web designers e gestores financeiros também podem fazer cursos de especialização que os capacitem a atuar como analistas de redes sociais.

Salário

De R\$ 2 mil a R\$ 6 mil, dependendo da categoria profissional.