

SEMPESq' 2002:

Pesquisa na UNIT, comemora 40 anos no ensino

O tema escolhido para a *IV Semana de Pesquisa da UNIT SEMPESq '2002, INTERAÇÃO UNIVERSIDADE-EMPRESA*, traduziu atenção da UNIT para as questões consideradas prioritárias pelo MCT e suas agências, nesse ano em que a Inovação Tecnológica assume posição de destaque no cenário nacional.

A SEMPESq 2002 se apresentou especialmente como o momento oportuno para homenagear a UNIT pelos seus 40 anos de atuação na área educacional, dos quais 8 anos como universidade, convidando para essa comemoração três parceiros que também estavam em festa em 2002: a FINEP, que completou 35 anos de existência como importante ator no cenário do desenvolvimento tecnológico nacional, o Banco do Nordeste, que chegou aos 50 anos com reconhecida atuação e expressiva contribuição para o desenvolvimento sócio-econômico regional e a FAFEN/Petrobrás, que festejou 30 anos de atividades como vetor essencial do desenvolvimento do Estado de Sergipe.

Como surpresa adicional, a IV Semana de Pesquisa da UNIT deu oportunidade ao governador eleito para o mandato de 2003-2006 do Estado de Sergipe, de anunciar o plano de governo na área da ciência e tecnologia a se executar a partir de 2003.

A *SEMPESq 2002* abrigou 8 eventos:

- VI Seminário de Pesquisa da UNIT - *SemiP 2002*
- IV Seminário de Iniciação Científica da UNIT - *SemIC 2002*
- II Seminário de Pós-Graduação da UNIT - *SPG 2002*
- Seminário sobre Desenvolvimento Sustentável e Inovação Tecnológica
- Agenda CIENTEC Sergipe 2003-2006
- Ciclo de Debates em Serviço Social
- Workshopp em Produtos Naturais
- II Workshopp em Farmácia Industrial

O PAPEL DA TV LOCAL COMO CRIADORA DE CELEBRIDADES: O CASO BATALHA NA TV EM SERGIPE. TUZZO, Simone Antoniaci.

Este trabalho apresenta uma reflexão sobre o papel dos canais de TV por assinatura na construção de celebridades. O processo de deslumbramento coletivo a partir de um personagem criado pela mídia, antes verificado somente nas redes nacionais ou internacionais de TV, começa a ser percebido na programação de TV local. Entrevista inédita concedida à autora pelo jornalista Carlos Batalha, apresentador do programa *Batalha na TV*, transmitido pelo canal local – TV Cidade, em Aracaju – Sergipe, com o propósito de analisar como o apresentador se transformou em uma celebridade local atuando em uma TV cujo slogan é *A gente quer ver a gente*. Dentro desta filosofia apresenta personalidades da sociedade, dos mais variados segmentos, que contribuem para a construção de um lago narcisista onde quem assiste o programa sonha em poder estar também participando dele e, diferentemente da TV nacional, num sonho muito mais próximo da realidade. A construção da celebridade extrapola o fato de uma pessoa poder apresentar um programa de televisão. O valor simbólico criado na transmissão de mensagens, o acúmulo de acertos e o prestígio a partir dos telespectadores vão formando um personagem midiático que transcende a própria figura humana. Mesmo tratando-se de uma TV por assinatura, a celebridade local não tem controle sobre seus fãs. Isto porque a TV a cabo tem, cada vez mais, apresentado uma variedade de telespectadores que extrapola a sondagem de características de seus assinantes. Carlos Batalha, apesar de não se considerar uma celebridade, assume em seu discurso a existência de fãs e expõe a sua forma de conviver com eles. Diferentemente do que se espera, uma legião de fãs das classes sociais D e E do Estado de Sergipe.