

CONGRESSO INTERCOM NORDESTE 2024

RELAÇÃO DE OFICINAS E WORKSHOPS APROVADOS

Oficina1: A escrita de personagens negras nos produtos audiovisuais contemporâneos: análise e prática a partir da construção do roteiro audiovisual

Victor Adriano Ramos

Esta oficina visa compreender os processos de construção de personagens negras em narrativas audiovisuais contemporâneas em dois momentos: no primeiro compreendendo através das técnicas específicas do roteiro literário audiovisual, que visam a elaboração de personagens complexas. Pois, é na escrita do roteiro audiovisual que a narrativa ganha forma. Consequentemente, é o momento onde as personagens se tornam tridimensional. Desse modo, é importante que um analista tenha domínio dos fundamentos de escrita de um roteiro audiovisual, a fim de conseguir identificar os elementos capazes de ditar aprofundadamente as raízes que determinada personagem possui na narrativa. Por outro lado, é importante também que um roteirista consiga identificar, através de elementos conceituais, as disposições narrativas capazes de favorecer a construção de personagens negras complexas, ou seja, personagens que se desvinculem de estereótipos, apresentando narrativas diversificadas, aproximando o público negro dos produtos audiovisuais em suas diferentes formas. No segundo momento, analisaremos algumas personagens negras em narrativas seriadas contemporâneas, destacando os elementos previamente apresentados. Para finalizar, elaboraremos juntos um breve exercício de construção de personagem, intitulado “o diamante do personagem”.

Oficina 2: Big Techs: Como elas constroem novos modelos de comunicação e qual o papel e desafios dos profissionais no convívio com suas plataformas

Antonio Hélio da Cunha Filho

A oficina abordará os desafios dos profissionais de comunicação frente ao domínio crescente das Big Techs enquanto uma hegemonia global de comunicação. Discutiremos a necessidade de adaptação às constantes mudanças nos formatos e estruturas comunicacionais, assim como os impactos legais e formais que podem surgir na carreira dos trabalhadores da comunicação. O momento busca não só identificar os desafios, mas também promover uma reflexão coletiva sobre estratégias para enfrentá-los. Serão exploradas também os ganhos positivos e as oportunidades surgidas com os novos formatos de comunicação, bem como as questões éticas e regulatórias associadas. O objetivo é capacitar os profissionais para navegarem com sucesso nesse ambiente dinâmico, que vem dinamizando e acelerando as rotinas produtivas e exigindo uma adaptação constante.

Oficina 3: Comentários sobre Cinema, Tempo e Filosofia: uma introdução aos desafios e possíveis caminhos metodológicos para Pesquisas e Estudos Cinematográficos sobre o Tempo que dialoguem diretamente com os Pensamentos de Henri Bergson, Gilles Deleuze e André Bazin

Maiara Mascarenhas de Lacerda Silva

Partindo de Bergson, Deleuze e Bazin, esta oficina prático-teórica objetiva auxiliar, sobretudo, metodologicamente, pesquisas e leituras – de graduação e de pós-graduação – interessadas em abordar, de forma mais aprofundada, o tema das relações entre Cinema, Tempo e Filosofia. A primeira etapa da oficina será a de sensibilização acerca da importância de uma organização científico-metodológica para a compreensão do tema. Além disso e partindo do relato de cada

inscrito(a) sobre o estado (mesmo que embrionário) de suas pesquisas, leituras e/ou inquietações acerca do tema, esta etapa visa a avançar na construção de novos e possíveis caminhos e esquemas de leitura e escrita dos participantes. Ademais, tal etapa pretende esclarecer sobre os principais conceitos e dificuldades que tangenciam a discussão do tema. Já a segunda etapa da oficina será a de buscas em bancos de teses e dissertações, fazendo uso de descritores relacionados ao tema. Nesse segundo momento, também será proposta a elaboração, individual ou em grupo, de textos que considerem o repertório teórico e fílmico prévio dos(as) inscrites(as), juntamente com os resultados das buscas feitas pelos(as) mesmos(as). É o que traz o caráter prático-teórico à oficina: ou seja, o convite não só a discutir, mas também a elaborar textos sobre as relações entre Cinema, Tempo e Filosofia.

Oficina 4: Comunicação e Marketing Sensorial para Cervejas Especiais

Luiz Fernando Dal Pian Nobre

A presente Oficina propõe a capacitação de estudantes e pesquisadores de Comunicação Social e áreas afins, de modo a introduzir ou aperfeiçoar conhecimentos práticos ligados ao universo cervejeiro. Pretende, de início, apresentar conceitos basilares sobre as famílias e estilos cervejeiros, aspectos históricos, ingredientes e processos produtivos, bem como etapas de análise sensorial. Na sequência, serão abordadas estratégias de marketing sensorial e de comunicação criativa relacionadas ao universo das cervejas especiais a partir de estudos de caso considerados bem sucedidos no Brasil e, em especial, na região Nordeste. Por fim, será passado um “mini briefing” como exercício prático visando a proposição experimental de conteúdos para o lançamento de uma cerveja especial no mercado nordestino. Ao final da Oficina, espera-se que os participantes tenham adquirido os conhecimentos práticos e éticos necessários, além de estimular o desenvolvimento de pesquisas acadêmicas na área. Destaca-se, ainda, a presença (a confirmar) de um(a) representante da ACERVA Potiguar - Associação dos Cervejeiros Artesanais Potiguares – visando avaliar os conteúdos técnicos ministrados.

Oficina 5: Comunicação e migrações: o papel da mídia na promoção de direitos humanos

Laura Santos de Souza

Nesta oficina, propomos uma discussão sobre a temática das migrações e a responsabilidade social da cobertura midiática ao tratar sobre ela. Analisando em que níveis o discurso midiático tem trabalhado no que diz respeito à promoção dos direitos humanos ou à perpetuação de estigmas e preconceitos acerca das populações migrantes, em especial quando debatemos sobre refúgio. Para além da produção jornalística de veículos de comunicação tradicionais, olharemos para a Comunicação Pública, no tocante às instâncias governamentais e sua atuação na promoção de políticas públicas e o exercício cidadão. Além de uma investigação sobre a problemática de maneira ampla, debateremos caminhos alternativos, trazendo também exemplos de práticas possíveis.

Oficina 6: Corpo em Foco - Desconstruindo Imagens

Marília Almeida Paiva

Essa oficina combina elementos teóricos e práticos e visa promover a reflexão sobre a percepção da própria imagem corporal, desconstruindo padrões estéticos impostos e permitindo aos alunos

expressarem suas narrativas individuais por meio de uma atividade prática de criação de videoartes, enquanto promove o diálogo, a aceitação pessoal e a expressão artística.

Atenção: os participantes desta oficina devem portar celular com aplicativo de edição de vídeo

Oficina 7: Don't Stop: Motion

Ricardo Pinto Paiva

A Oficina "Don't Stop: Motion" é uma proposta do projeto de Extensão "EPA! Estudos e Práticas em Animação - produção de curtas em animação", realizado na Universidade Federal da Paraíba desde 2020, que pretende abordar o ensino e aprendizado de técnicas de animação, em especial o stop-motion, com alunos universitários e com alunos de escolas públicas. Nas atividades da oficina, iremos abordar com os participantes um pouco da história da animação e seus dispositivos, entender o processo por trás da animação, para depois realizar a criação pequenas cenas com objetos que iremos levar previamente. Para o processo de produção em stop-motion será utilizando um software integrado a uma câmera DSLR, o animashooter, além de explorar a técnica com o uso de um aplicativo para celular, o stopmotion studio.

Oficina 8: Edição dinâmica em coberturas esportivas

Luciana Mendes Fonseca

Com a linguagem multiplataforma e transmidiática cada vez mais comum nos meios de comunicação em especial nas coberturas esportivas, se faz necessário que os profissionais do audiovisual e jornalismo tenham gradativamente mais expertises nesse tipo de linguagem no que diz respeito as áreas de edição. Portanto, a oficina tem por objetivo trazer exemplos de edições dinâmicas e influentes utilizadas nas coberturas de eventos esportivos. A atividade pretende mostrar de forma teórica e prática a linguagem hipermediática mais comum na cobertura televisiva e internauta de megaeventos esportivos, em especial as Olimpíadas, considerando a edição de Paris que será realizada entre os dias 26 de julho a 11 de agosto de 2024.

Oficina 9: Espelho de um espelho, espelho deformante: a construção de representações femininas em sitcoms animados

Laís Emanuelle Borba de Brito

Por décadas a figura feminina foi apresentada em produtos midiáticos como submissa, seja por sua aparência, inteligência e bravura. A partir dos avanços feministas, discussões sobre tais representações ganharam força enquanto que surgiram novas categorias de personagens que não permitem mais estereótipos vinculados ao gênero ou não deveriam. Partindo das perspectivas de Moore (2000), o gênero apresentado nas seguintes narrativas se constitui por meio de representações e de identidades que performam (Butler, 2015) fantasias de poder, ou seja, não são apenas personagens femininas, mas uma construção de tais personagens pela mídia sendo validadas. Em consonância, tudo o que não está interligado a essa grande ordem das coisas (Bourdieu, 2019) é visto como estranho e colocado à margem. Isso fica explícito em algumas narrativas que há o protagonismo feminino e é vendido como algo extraordinário, fora da curva. Dessa forma, faz-se necessário questionar se tais representações ou reformulações de representações estão verdadeiramente desconstruindo tais estereótipos ou se fazendo valer por meio de espelhos deformantes (Brogère, 2021), para performarem aquilo que for mais conveniente

para a sociedade em questão. Assim sendo, a seguinte oficina busca trazer luz a questão e debater sobre, construindo assim perspectivas de possíveis performances de gênero em produtos midiáticos.

Oficina 10: Folkcomunicação: processos comunicacionais da cultura popular

Ermaela Cícera Silva Freire

Ementa: Contribuição do pensamento folkcomunicacional para a compreensão das práticas midiáticas na sociedade contemporânea. Cultura popular e comunicação na construção da realidade social. Perspectivas teórico-metodológicas da pesquisa comunicação com ênfase nos fenômenos midiáticos. Ampliação do raio de observação das manifestações da cultura popular nordestina. Perspectivas contemporâneas. Objetivos: Discutir o conceito de folkcomunicação, características e suas perspectivas atuais; destacar as manifestações da cultura popular regionais passíveis de observação no campo da comunicação midiática; apresentar pesquisas em folkcomunicação atualmente desenvolvidas no âmbito do PPgEM/UFRN; e construir com o grupo um intercâmbio de conhecimento.

Oficina 11: Inovações nas produções de mídias sonoras: do rádio expandido ao podcast

Ana Maria da Conceição Veloso

O rádio já “transbordou” para múltiplas plataformas, exibindo sua capacidade e agilidade de adaptação para ampliar a distribuição de conteúdos produzidos pelas emissoras também via internet. Estimativas do Ibope, de 2023, apontam que mais de 34 milhões de pessoas são ouvintes de podcasts, o que representa cerca de 8% da população do país. A importância da qualificação de profissionais do campo da comunicação para a imersão no universo das inovações nas produções de mídias sonoras se torna fundamental. A oficina pretende ampliar o conhecimento acerca das inovações nas linguagens e formatos das produções em mídias sonoras; instrumentalizar profissionais da comunicação para a elaboração de projetos para diversas plataformas; sensibilizar acerca da importância do conhecimento dos fundamentos do rádio expandido e da experimentação em mídias sonoras e apresentar inovações técnicas, tecnológicas, programas e softwares que podem ser usados nas produções. A metodologia consta de exposição dialogada dos temas e conteúdos, exercícios de escuta crítica com foco na análise das linguagens e formatos produzidos por diversas mídias sonoras em plataformas digitais.

Oficina 12: Jornalismo digital: Práticas para análise de texto e delimitações temáticas

Anderson da Silva Brito

As linguagens midiáticas vêm se difundindo na medida com que surgem novas mídias e novas dinâmicas de produção dentro das mídias já existentes. Quando aplicamos as linguagens ao jornalismo digital, encontramos uma realidade disruptiva, pois vem procurando despadronizar as linguagens já existentes no campo jornalístico para a utilização de artifícios midiáticos, com ênfase na produção de engajamento. Neste sentido, a oficina com o título "Jornalismo digital: práticas para a análise de texto e delimitações temáticas" tem por objetivo trazer ferramentas de análise que possam colaborar com o cotidiano de profissionais, pesquisadores e estudantes de comunicação no que se refere ao texto jornalístico e midiático. Para isso, a oficina irá explorar conceitos do campo jornalístico, além de cultura midiática e participativa. Como metodologia de análise textual, haverá a exposição da semiótica discursiva/francesa, trazendo suas possibilidades de aplicação e exemplos

de produções já realizadas. Além disso, os participantes serão convidados a realizar atividades práticas de análise de textos, para que possam tornar o conteúdo aplicável e tirar as dúvidas existentes no período da oficina.

Oficina 13: Mídias Alternativas: práticas e estratégias na era do excesso de informação

Mirella Lopes de Aquino

O barateamento e conseqüente maior acesso a equipamentos eletrônicos, permitiu o surgimento de uma nova leva de veículos de comunicação caracterizados, dentre suas inúmeras variáveis, pela construção de narrativas independentes em contraposição ao lugar comum do que é veiculado pela corrente dominante dos principais veículos de comunicação, em uma contraditória realidade marcada pela midiaticização das diferentes esferas da vida, pelo excesso de informação e pela superficialidade na abordagem de temas essenciais para a evolução das relações sociais. O propósito com a oficina é analisar as práticas desses novos veículos de comunicação, o impacto no cenário do jornalismo e as estratégias de financeirização adotadas para desenvolvimento desse novo ambiente na comunicação atual, de multiplataformas, além da produção de sentido a partir do conceito de realidade desenvolvido por BAUDRILLARD (1981). A partir destes objetivos, elaborou-se uma metodologia que consiste na apresentação dos conceitos de mídia alternativa ou independente, atividades de análise comparativa de publicações e discussão sobre formas de construir a notícia e modelos de veiculação.

Oficina 14: Mini Reportagem para Redes Sociais

Mírian Moema Filgueira Pinheiro

As mini reportagens surgem unindo as características da reportagem tradicional às plataformas digitais, adaptando-se às formas de consumo dos usuários de internet, especialmente de redes sociais. Assim, a oficina propõe apresentar as características da reportagem num contexto de valorização da imagem em movimento e da velocidade e fugacidade da leitura nas redes sociais. Os temas abordados serão popularização das redes sociais; a reportagem; o que são mini reportagens e por em prática os conceitos abordados durante a oficina, tais como técnicas de pesquisa, entrevista e escrita jornalística. Serão explorados elementos essenciais da narrativa, como a estrutura de uma boa introdução, desenvolvimento e conclusão. A Oficina tem como objetivo capacitar os participantes na produção de conteúdos jornalísticos para as redes sociais. A Oficina visa ainda promover a capacidade dos participantes, incentivando a análise de diferentes perspectivas. Ao final espera-se que os participantes estejam aptos a criar mini reportagens que informem, envolvam e transmitam a mensagem de forma clara e precisa, contribuindo assim para o desenvolvimento da capacidade profissional do jornalista no contexto contemporâneo.

Oficina 15: Na cena do crime: desvendando o mistério do "quem matou...?" na telenovela brasileira

Maria Aparecida Borges Limeira

A pergunta "quem matou...?", proveniente do romance policial e introduzida nas telenovelas brasileiras, é um recurso narrativo reconhecido pelos telespectadores a partir de um assassinato e transforma o público em detetives ao assistirem às narrativas das produções nacionais. Essa oficina tem como objetivo traçar táticas para auxiliar o telespectador a descobrir o verdadeiro assassino nos

crimes exibidos pelas telenovelas brasileiras. A metodologia utilizada será teórico-expositiva e dialogal. Teremos como fundamentação teórica os estudos sobre telenovela e narrativas de Lopes (2003; 2009), Hamburger (2005), Martín-Barbero (1997; 2001). Pallottini (2012) e Motta (2013). Sobre o uso do recurso narrativo "quem matou...?", em congruência com o romance policial, estudaremos Mayer (2010) e Todorov (2006) agregados aos enredos dos folhetins nacionais. A abordagem dessa estratégia narrativa analisará a trajetória da telenovela, a construção das mortes nas obras, os suspeitos, o culpado e os desfechos mediante exemplos dos clássicos da teledramaturgia nacional.

Oficina 16: Produção de grandes reportagens: o jornalismo literário no combate às desigualdades

Jadeanny Arruda Silva dos Santos

Recorrendo às referências de Edvaldo Pereira Lima (2008), Fabiana Moraes (2023) e Monica Martinez (2016), que compreendem o jornalismo literário como uma técnica de produção de reportagens e grandes reportagens que valoriza o resgate da história oral, as subjetividades humanas e a empatia com as vivências do outro, a oficina pretende instrumentalizar os participantes quanto ao uso de uma metodologia de investigação que une o rigor científico à coleta de dados biográficos. Pretende-se difundir as técnicas de coleta de histórias de vida para a elaboração de grandes reportagens; elaboração de pautas e entrevistas que tratem do combate ao racismo e à violência de gênero, além de estimular um jornalismo mais humano e plural.

Oficina 17: Storyboard

Antonio Silva JR

Storyboard ou esboço sequencial é uma série de ilustrações arranjadas em sequência com o propósito de pré-visualizar uma cena de filme ou animação. Nessa oficina, os estudantes poderão criar ilustrações em estilo figurativo, mediante orientação e por meio de material recebido em sala. Os estudantes poderão aplicar o conhecimento previamente apresentado no início da oficina sobre planos cinematográficos.

Oficina 18: Storytelling para narrativas em áudio

Lorena Aracelly Cabral de Oliveira

Embora já exista há duas décadas, o podcasting só recentemente se estabeleceu como uma plataforma de conteúdo midiático, rompendo seus laços com o rádio e desenvolvendo seu próprio conjunto de práticas, lógicas e modelos. Dessa forma, essa oficina analisa a presença da técnica storytelling aplicada nos podcasts narrativos - contemplando estratégias utilizadas para a construção de narrativas. A inovação estrutural de um podcast narrativo está em criar um roteiro que considere todas as cenas, personagens, ações e pontos de virada na trama, alinhados por meio do áudio, de modo a transformar o todo em uma experiência envolvente para os ouvintes. A oficina tem o propósito de amplificar as perspectivas narrativas no ambiente sonoro, considerando as diversas maneiras de contar uma história através da escrita de um roteiro de não ficção, utilizando elementos do storytelling como personagens, arco dramático, perguntas, entre outros. Para a contextualização, será mobilizado um referencial teórico envolvendo as características presentes nas produções desse

estilo com a noção do radiojornalismo narrativo (Kischinhevsky, 2018), áudio narrativo (McHugh, 2022), estudos de storytelling e técnicas narrativas.

Workshop 1: Comunicação estratégica para assessores de parlamentares evangélicos: desafios e oportunidades

Liniker Xavier

Capacitar jornalistas e profissionais de comunicação para atuarem efetivamente como assessores de parlamentares evangélicos, abordando as especificidades, desafios e oportunidades dessa área de atuação, com foco em estratégias de comunicação, gerenciamento de imagem e relacionamento com a mídia e o público. A demanda atende jornalistas, profissionais de relações públicas, estudantes de comunicação e demais interessados em assessoria de comunicação política, especialmente no contexto de parlamentares evangélicos. A estrutura do workshop prevê 1) um panorama da influência da religião na política brasileira, com foco no segmento evangélico; 2) a construção e gerenciamento de imagem pública: alinhando a comunicação do parlamentar aos valores e expectativas do seu eleitorado; 3) o desenvolvimento de mensagens-chave e storytelling adaptados ao contexto religioso e político; e 4) técnicas para estabelecer e manter relações produtivas com jornalistas e veículos de comunicação. Os participantes serão capacitados com conhecimentos e habilidades práticas para atuar na assessoria de comunicação de parlamentares evangélicos, compreendendo a importância de uma comunicação estratégica e ética que respeite os valores de seu público-alvo, ao mesmo tempo que efetivamente promova e proteja a imagem do parlamentar.

Workshop 2: Estratégias de conteúdo no Instagram: potencializando publicações jornalísticas para alcançar público

Matheus Alves da Rocha Damaceno

Este workshop aborda estratégias para aprimorar a presença de conteúdo jornalístico no Instagram. Os participantes serão guiados através de técnicas de criação de conteúdo atrativo e relevante, essenciais para capturar a atenção de uma audiência cada vez mais exigente e saturada de informações. A identificação do público-alvo será uma peça fundamental, permitindo uma comunicação direcionada e eficaz. Explorando o potencial dos recursos visuais disponíveis na plataforma, os participantes aprenderão a utilizar imagens, vídeos e elementos gráficos de forma estratégica para contar histórias de maneira envolvente e impactante. O objetivo principal é não apenas atrair a atenção do público, mas também mantê-la, incentivando o engajamento contínuo com o conteúdo jornalístico compartilhado. Por meio de exemplos práticos e análises de conteúdo, os participantes serão capacitados não apenas a desenvolver, mas também a implementar estratégias eficazes que fortaleçam a presença de suas marcas jornalísticas no Instagram. Ao final do workshop, estarão preparados para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades oferecidas por esta plataforma digital em constante evolução.

Workshop 3: Estratégia de humanização de marca

Alfredo Santos Albuquerque

A humanização de marca é a ação de atribuir atitudes e características humanas às marcas em toda a sua estrutura de alcance: corporativa, interna e externa. Entretanto em tempos de redes sociais e

marketing de influência, os profissionais da comunicação e do marketing estão utilizando esse dispositivo apenas para apresentar uma pessoa como “rosto” oficial sem compreender e aplicar o que é necessário para a marca ser considerada humanizada: o braço de responsabilidade social atuantes na corporação; ações de endomarketing efetivas dentro das necessidades dos funcionários; linha editorial que permita se comunicar de forma adequada e sem ruídos com o seu público; e, por fim, um rosto que possa personificar a marca ou a organização como um todo. O objetivo desse espaço de aprendizado teórico-prático é apresentar o que é o conceito dessa categoria e como ela poderá ser aplicada nas empresas por meio das categorias de marketing e comunicação.

Workshop 4: Jornalismo Esportivo não é só futebol!

Raniery Soares Lacerda

Este workshop propõe ampliar horizontes ao explorar a diversidade de modalidades esportivas na cobertura jornalística. Abordando temas como esportes menos tradicionais e histórias inspiradoras, a atividade busca desmistificar a visão – às vezes limitada – do jornalismo esportivo, destacando a necessidade de outras narrativas, para além do futebol. Também serão trabalhados outros pontos importantes na cobertura esportiva no âmbito da comunicação como acontecimentos que envolvem a Justiça Desportiva e legislação vigente acerca do tema, porém, com uma linguagem direcionada para estudantes e/ou profissionais da comunicação. O objetivo da oficina é enriquecer a formação de profissionais e estudantes que simpatizem com a comunicação esportiva, contribuindo com possibilidades de abordagens mais abrangentes na cobertura dos fatos esportivos do dia a dia.

Workshop 5: O impacto da Inteligência Artificial na disseminação de desinformação

Ítalo Rômany de Carvalho Andrade

A ideia é discutir e refletir sobre os riscos e as potencialidades das novas tecnologias, a exemplo da Inteligência Artificial, para a democracia, abrangendo os seus desafios regulatórios, potencial inovador e questões éticas relacionadas. A partir de casos reais, a proposta da oficina busca debater o impacto da IA na disseminação de desinformação, e das dificuldades de checadores em desmentir cada vez mais esses conteúdos falsos. A título de exemplo, o uso de aplicativos para criar imagens geradas por Inteligência Artificial tem ultrapassado os limites ao permitir a manipulação de registros audiovisuais com nudes falsos e vídeos pornôis. Plataformas como Meta permitem que peças enganosas sejam compartilhadas no Facebook sem moderação. Como debater esse tema à luz dessas discussões?

Workshop 6: Pautas da Negritude no Folheto Informativo da Literatura de Cordel

Alberto Magno Perdigão Silveira

Por meio de revisão bibliográfica inédita, analisa criticamente o folheto de política da literatura de cordel como mídia informativa alternativa, popular e contra-hegemônica, na perspectiva da exclusão comunicacional como uma exclusão política, bem como o papel social que os poetas-repórteres desempenham ao longo da história e nos Nordeste brasileiros. Como resultado de pesquisa empírica inovadora, discute o conteúdo de folhetos que tratam da destituição da presidente Dilma Rousseff e as representações que fazem os poetas-repórteres sobre a "cobertura" que realizaram durante o processo de destituição. Discute, ainda, o conteúdo de folhetos que abordam dez

diferentes pautas da negritude relativamente ausentes da mídia tradicional. Durante o percurso, são compartilhadas leituras de poesias-reportagem sobre a destituição e sobre temas da negritude.

Workshop 7: Prática de telejornal: funções, profissionais, etapas de produção do Pernambuco Hoje, da tv pública de Pernambuco

Ivanice Oliveira de Lima

O telejornal Pernambuco Hoje voltou à grade da TV Pernambuco em 2023, marcou época na década de 1990 por ter sido apresentado por grandes nomes femininos do jornalismo pernambucano como Graça Araújo e Stela Maris. De volta à grade da TV Pernambuco, o programa tem apresentação de Nice Lima, proponente do referido workshop, radialista com mais de 17 anos de formação, com passagens em emissoras de rádio e televisão de Pernambuco. O workshop tem o objetivo de compartilhar com o público a rotina de produção de um telejornal, abordando desde a escolha ou propostas de pautas, a execução pela equipe de reportagem, a edição de imagens dos conteúdos, mas focando, primordialmente, pela tecitura do telejornal: a seleção do que vai compor o programa, produção de espelho, redação de textos, edição de materiais e apresentação do telejornal. É como se o ouvinte do workshop tivesse a oportunidade de entrar na redação, ilha de edição e estúdio e acompanhar a rotina de produção do telejornal, ser acolhido(a) carinhosamente, vendo as funções e etapas serem desenvolvidas diante de seus olhos. Como atividade prática para o workshop haverá o momento de redação de nota coberta, seleção de imagens para cobri-la e redação de sugestão de cabeça para a apresentação.

Workshop 8: Princípios éticos na pesquisa sobre infância(s) sob viés da Comunicação

Antonia Nirvana Gregorio Lima

Este workshop visa fomentar uma abordagem sensível e ética das/dos pesquisadoras/es sobre uma crise ética nos estudos sobre infâncias plurais na comunicação. A dupla natureza dessa crise, que combina a falta de metodologias específicas com a crescente visibilidade das crianças, especialmente no ambiente digital, é reconhecível e emergente. Exploremos assuntos como as infâncias conectadas, considerando o poder simbólico das indústrias midiáticas e o fenômeno dos influenciadores digitais mirins. O contexto brasileiro apresenta um crescimento significativo de pesquisas sobre infâncias e adolescências na comunicação, evidenciando a necessidade de sua institucionalização em eventos científicos. A criação da Rede de Pesquisa em Comunicação, Infâncias e Adolescências (Recria) é um marco nesse sentido, mobilizando esforços para preencher lacunas e promover avanços na área. Desta forma, o workshop propõe um espaço de discussão e colaboração para discutir, costurar e recriar metodologias de pesquisa que considerem o melhor interesse das crianças e garantam a qualidade das produções científicas.

Workshop 9: (Re)Pensando as formas de empoderamento Feminino

Danyelle Alves da Paixão

Atualmente somos bombardeadas com campanhas publicitárias (Barreto Januário, 2021, 2022) ou influencers digitais que propagam jargões mencionando o quanto “as mulheres são o futuro” ou como “somos potências”. Isto se apresenta como um efeito das lutas das mulheres que consequentemente atinge o mercado. As pautas feministas que ganharam notoriedade circulam em torno do acesso das mulheres ao mercado de trabalho, assédio sexual, sororidade, violência

doméstica e maternidade. Em suma, pautas que abrangem a permanência delas no mercado de trabalho (Paixão, 2023) e que se tornam também um sinônimo de empoderamento feminino (Cornwall, 2018). Essa estratégia mercadológica de colocar o feminismo de forma mais profunda e crítica, além da publicidade, do marketing e da gestão de marca denomina-se como feminismo de mercado (Barreto Januário, 2021, 2022) que é difundido de diversas formas. Diante desse cenário, proponho, um workshop em que possamos refletir como o setor da comunicação está propagando esse empoderamento. De que tipos de empoderamentos estamos falando? Para isso, trabalharemos partindo de alguns conceitos como feminismo de mercado (Barreto Januário, 2022) e as perspectivas em relação ao empoderamento (Cornwall, 2018; Sardenberg, 2018), em paralelo, pretendo trazer cases para ilustrar as reflexões.

Workshop10 : SEO para jornalistas - o básico

Lara Paiva de França

SEO é uma sigla para Search Engine Optimization e busca criar mecanismos para ter relevância no topo dos buscadores de pesquisas, como o Google e Bing. O objetivo deste workshop é mostrar que um veículo de comunicação ou jornalistas autônomos podem ser relevante no Google sem o custo adicional, além das redes sociais. Além disso, no tempo que há o crescimento de portais conhecidos por divulgar Fake News, a publicação de notícias verdadeiras e estarem no topo das pesquisas é uma resistência e proteção a liberdade de imprensa, inclusive em garantir a confiança do público. Afinal, há montanhas de pesquisas que apontam que em média, 75% das pessoas que realizam pesquisas na ferramenta de busca, limitam-se à primeira página. O segredo é unir a redação jornalística com as práticas de SEO, no qual não precisa de algum conhecimento de programação para obter êxito.

ATENÇÃO:

- 1) Para a realização das oficinas, a organizadora local (UFRN) disponibilizará salas, todas elas climatizadas, com computador para o uso doicineiro e datashow;
- 2) A UFRN trabalha apenas com softwares livres, não dispendo de programas específicos e de permissão para instalação;
- 3) A UFRN não pode fornecer impressões e materiais de escritório para as oficinas;
- 4) **Caso essas restrições impossibilitem a realização da oficina ou do workshop, favor entrar em contato seguindo as instruções da carta de aceite enviada pelo sistema da Intercom.**