

CONGRESSO INTERCOM SUDESTE 2024

RELAÇÃO DE OFICINAS E WORKSHOPS APROVADOS

Oficina 1 - Explorando o currículo lattes e o ORCID

David Francisco de Amorim

A presente oficina tem como objetivo principal ajudar estudantes de graduação e pós-graduação no preenchimento do currículo lattes, como também na criação do ORCID. Durante a atividade serão apresentados detalhadamente todos os módulos presentes na plataforma, apresentando dicas de como as preencher, como também das atividades que não precisam ou devem ser evitadas. Tal proposta se justifica pelo fato de que, atualmente, o currículo lattes é um componente essencial durante os processos seletivos, logo ter ele preenchido de forma adequada é um grande diferencial para o discente, como também ajuda o trabalho da banca avaliadora. Portanto, serão componentes desta oficina os seguintes tópicos: apresentação da plataforma lattes, detalhamento de cada parte componente do currículo, exemplos do que colocar e o que evitar por, dentre outras atividades que se façam pertinentes. Para esta atividade é interessante que os estudantes já tenham o currículo cadastrado, pois pretende-se criar/atualizar o currículo em conjunto com todos os discentes cadastrados na plataforma.

Oficina 2 - Estratégias de comunicação e gestão de crises no ambiente on-line

Arthur Raposo Gomes

Com as redes sociais digitais cada vez mais presentes na sociedade e ampliando significativamente o número de interações possíveis, as organizações e as personalidades públicas também ficaram mais expostas – positiva e negativamente. A sociedade atual é hipermediatizada e, por isso, é praticamente impossível negar a presença das discussões feitas por meio dela. O objetivo da oficina é apresentar técnicas de gerenciamento de crises na internet, mostrando ainda a utilidade que o audiovisual tem nessa prática. Com informações obtidas por referências acadêmicas e compartilhadas a partir de experiências práticas no campo da comunicação, o ministrante tem a intenção de promover uma introdução às ações comunicacionais e de gestão ligadas ao contexto de crise no ambiente da internet. Afinal, o que é crise? Por qual motivo devemos monitorá-la? E quando saber que ela já passou? Essas perguntas serão algumas das respondidas durante essa atividade.

Oficina 3 - A ficção televisiva entre a poética e a representatividade: narrativas, estilos, gêneros e sexualidades

João Paulo Lopes de Meira Hergesel

Na era da revolução midiática e tecnológica, em que os avanços digitais e a ascensão das inteligências artificiais marcam presença, a televisão permanece como uma força resiliente. Especialmente por suas produções de teledramaturgia, como telenovelas e séries, ela se torna uma plataforma vital para estimular discussões sobre gênero e sexualidade, desafiando os paradigmas hegemônicos e heteronormativos da sociedade. Esta oficina surge da necessidade de integrar

métodos de análise da poética televisiva com estudos de gênero e sexualidade, reconhecendo a complexidade dos fenômenos contemporâneos e a importância de abordagens interdisciplinares. Com o apoio da FAPESP (Processo: 2023/05698-8), esta oficina convida os participantes a aprimorarem a análise de narrativas televisivas, identificando funcionalidades narrativas e recursos estilísticos tendo como respaldo teorias contemporâneas. Os objetivos da oficina incluem: resgatar metodologias eficazes para análises temáticas, narratológicas e estilísticas de programas de televisão; abordar o método de análise fundamentada em teorias das representações sociais; e promover uma integração entre a análise de poética televisiva e os estudos de gênero e sexualidade. Espera-se criar um espaço de reflexão e inovação para a análise crítica e a compreensão mais profunda da televisão como um significativo meio de expressão cultural e social.

Oficina 4 - Associação de ideias: estratégia criativa

Juliana Lopes de Almeida Souza

Nesta oficina dinâmica e interativa, exploraremos as poderosas técnicas de associação de ideias para impulsionar a criatividade e a inovação. Ao longo da oficina, os participantes serão introduzidos a quatro métodos associativos de ideias e aprenderão como aplicá-los em diversas situações criativas. A proposta é compreendermos, com base em uma teoria da criatividade: Associação por Similaridade: Descubra como conectar ideias através de semelhanças e metáforas, ampliando assim o espectro de possibilidades criativas. Associação por Contraste: Explore o poder das diferenças e contrastes para gerar insights únicos e abordagens inovadoras. Associação por Combinação: Aprenda a mesclar conceitos aparentemente desconexos para criar soluções originais e surpreendentes. Associação por Analogia: Utilize analogias para transferir ideias de um contexto para outro, estimulando a criatividade e a resolução de problemas de maneira não convencional. Ao longo da oficina, os participantes serão desafiados a aplicar essas técnicas em exercícios práticos e colaborativos, promovendo assim uma abordagem hands-on para aprimorar suas habilidades criativas. Além disso, discutiremos exemplos reais de como essas estratégias são utilizadas com sucesso em diversos campos, desde a semiótica até a inovação tecnológica.

Oficina 5 - Por uma educação antirracista na Comunicação

Pedro Henrique Conceição dos Santos

Nesta oficina, o objetivo é desafiar os conhecimentos adquiridos pelos participantes, estimulando o pensamento crítico com base na decolonialidade e na intelectualidade afrodiaspórica. A publicação de “Como ser um educador antirracista” (2023) por Bárbara Carine abre uma janela para explorarmos formas didáticas que possam servir como processos reflexivos na relação de ensino-aprendizagem. A oficina “Por uma educação antirracista na Comunicação” aborda temas relevantes, incluindo: 1) Lugar de Fala; 2) Representatividade; 3) Representação; 4) Negritude/Branquitude; 5) Antirracismo; 6) Pensamento Afrodiaspórico; 7) Pensamento Decolonial; 8) Interseccionalidade. Cada tópico será explorado por meio de exercícios simples, estimulando o pensamento antirracista e promovendo discussões relevantes em nossa área de conhecimento.

Espera-se que os participantes se sintam estimulados a discutir a questão antirracista, ampliando o acesso a esse tipo de conhecimento essencial em nossa contemporaneidade.

Oficina 6 - Estratégias de checagem de desinformação em desertos de notícias: mapeamento, procedimentos e inovação

Gabriel Bhering Barbosa

Na Pandemia de Covid-19, a desinformação chegou a ser considerada um vírus pela Organização Mundial de Saúde (OMS), que chamou o fenômeno de Infodemia. Apesar de já ter sido decretado o fim da Pandemia, percebe-se que a desinformação continua contaminando a sociedade brasileira. Entre as formas de combate, é possível citar as agências de checagem da grande mídia e as iniciativas de educação midiática. No entanto, será que essas são suficientes para checar e evitar as desinformações nos Desertos de Notícias, isto é, as regiões interioranas do país que não possuem veículos de comunicação? A partir desse questionamento, a oficina busca discutir conceitos como: desordem informacional, desinformação, fake news, infocracia, desertos de notícias e ainda estimular os participantes a desenvolverem iniciativas independentes de checagem por meio de técnicas de mapeamento de desinformação, procedimentos de checagem e inovação, como uma forma de combater a desinformação não só nos grandes centros urbanos, mas também nas regiões com pouca cobertura noticiosa e nos desertos de notícias.

Oficina 7 - Corpo-grafa-mundo: experiências compartilhadas de escrita

Patrícia da Veiga Borges

Gestos, sons, imagens e palavras seguem um caminho espiralar, dentro e fora do corpo. Nas entranhas, encontram emoções, memórias e vivências. Na borda da pele, são atravessadas por sensações, contextos e referências. No comum, tomam outras formas, com novos sentidos e afetos. Tendo o movimento e o acolhimento como pontos de partida, a oficina pretende experimentar possibilidades de expressão. A atividade será organizada em três momentos: 1) conexão - liberação: quando se sente o corpo e o ambiente, por meio de técnicas da dança; 2) expressão - escrita: quando se arrisca pôr em papel o que vibra no corpo, a partir da escrita total; 3) composição - instalação: quando se compartilha a produção, buscando um fio condutor. A oficina é para todas as pessoas interessadas. Recomenda-se o uso de roupas leves.

~~**Oficina 8 - Como elaborar um projeto de pesquisa na Comunicação: importância, estruturação e etapas**~~
~~**CANCELADA**~~

Oficina 9 - A entrevista como técnica de pesquisa: estratégias para entrevistar e analisar dados

Rafael Ferreira Medeiros

A realização de entrevistas é uma técnica de coleta de dados recorrentemente usada em pesquisas qualitativas na área da comunicação por permitir que o pesquisador explore de maneira aprofundada determinado contexto ou fato social. Entretanto, entrevistas mal estruturadas ou pouco rigor na análise dos dados podem fazer com que se obtenha respostas falseadas ou incompletas, se tornando uma perda do escasso tempo no árduo processo de investigação acadêmica e comprometendo a pesquisa. Nesse sentido, a realização de entrevistas não deve ser vista como uma tarefa banal da prática científica, mas sim como um procedimento que exige do pesquisador estratégias bem definidas e um planejamento amplo. Analisar entrevistas também é tarefa complicada e o uso de procedimental correto é primordial para o aproveitamento dos dados coletados. Esta proposta de oficina se justifica pela importância das entrevistas em pesquisas comunicacionais dos diferentes graus acadêmicos, sendo uma técnica de coleta de dados fundamental “quando se precisa/deseja mapear práticas, crenças, valores e sistemas classificatórios de universos sociais específicos, mais ou menos bem delimitados, em que os conflitos e contradições não estejam claramente explicitados” (Duarte, 2004, p. 215). Além disso, os diversos tipos de entrevistas existentes podem ser usados em complementaridade com métodos específicos.

Oficina 10 - A Edição na produção de sentido: construção e prática com foco em dispositivos móveis

Laryssa da Costa Gabellini

O objetivo desta oficina é apresentar a importância e a prática da edição de materiais audiovisuais, com foco em captação e edição por meio de dispositivos móveis. Nesse sentido, podem participar até 14 estudantes se interessarem em entender sobre a edição na perspectiva da produção de sentido e que queiram adquirir experiência em captar e editar materiais audiovisuais por meio de dispositivos móveis. Durante a oficina, mostraremos a necessidade de planejar a captação e sua função na execução da edição. Além disso, faremos um exercício prático de captação e edição de um stand up em duplas. Nesta oficina, vamos: apresentar as estruturas da produção de sentido a partir da construção de uma edição audiovisual e suas implicações na disseminação desse conteúdo; detalhar a importância das etapas de preparação de um captação (tema abordado; preparação da pauta; local; ângulo etc.); abordar os diferentes aplicativos disponíveis para edição em dispositivos móveis e apresentar o CapCut, o aplicativo utilizado no exercício prático; exemplificar possibilidades em que a edição auxiliou na produção de sentido. Os participantes devem ter um dispositivo móvel que comporte o aplicativo CapCut.

Oficina 11 - Territórios de experiência: a comunicação popular no anúncio de realidades Indinayara Feminino

Francielle Batista Gouveia

Uma iniciativa que tem fortalecido a atuação de organizações da sociedade civil, no contexto comunicacional, são oficinas realizadas com jovens representantes de comunidades tradicionais e outros grupos minorizados. Esses momentos com essas populações têm atravessado pensamentos no campo do direito à

comunicação e fortalecido o empoderamento e participação comunitária, a partir de construção de contra-narrativas. A proposta dessa oficina é apresentar e construir metodologias que podem ser incorporadas na prática da comunicação, incentivando que jornalistas e comunicadores possam se engajar na formação de comunicadores populares. Durante a atividade serão apresentadas experiências desenvolvidas por organizações da sociedade civil com comunidades do Norte de Minas, mas também será proposto um momento prático de elaboração de metodologias que podem ser aplicadas em comunidades rurais, periféricas e territórios tradicionais.

Oficina 12 - Potência da IA para a Produtividade: Transforme seu Modo de Trabalhar

Felipe Roncalli de Paula Carneiro

A inteligência artificial generativa (IAG) é um campo emergente que se concentra na criação de sistemas que podem gerar conteúdo novo e original. Essa tecnologia tem o potencial de revolucionar diversos setores, como a criação de conteúdo, o design, a engenharia e a educação. A oficina proposta visa fornecer aos participantes uma compreensão abrangente da IAG, desde seus fundamentos teóricos até suas aplicações práticas, apresentando algumas ferramentas que podem aumentar a produtividade pessoal e profissional dos interessados. Os participantes experimentarão algumas ferramentas gratuitas e online, e serão desafiados a utilizar ferramentas de IA aprendidas em aula para resolver problemas reais de produtividade. Os participantes também participarão de discussões em sala de aula sobre os desafios e oportunidades da IA para a produtividade.

Oficina 13 - Cineclube na Universidade: concepção, curadoria, planejamento e realização

Simone Marques de Moura

Considerando o papel que o cinema e o audiovisual têm desempenhado na formação da cultura visual contemporânea (XAVIER, 2009) e seu potencial para a discussão e divulgação científica (MIGLIORIM, 2014), o objetivo da oficina é fomentar a criação de cineclubes no ambiente acadêmico e contribuir para a formação crítica, reflexiva e criativa do espectador universitário. Com este intuito, a oficina apresentará um brevíssimo panorama de aspectos históricos, conceituais, legais, organizativos e político-sociais do movimento cineclubista no ambiente universitário recente. Além disso, abordará as etapas e procedimentos básicos para a realização de sessões cineclubistas no ambiente universitário, detalhando infraestrutura e equipamentos básicos necessários para a realização de sessões cineclubistas, além do levantamento e curadoria dos filmes a serem exibidos considerando elementos técnicos, estéticos e de linguagem. Outra informação relevante diz respeito à indicação de plataformas de distribuição de filmes e documentários de acesso livre, para os quais serão fornecidas orientações específicas para cadastro e agendamento de sessões de exibição no ambiente acadêmico.

Oficina 14 - Jornalismo e indigenismo

Letycia Luiza dos Santos Bond Peixoto

Planejo fornecer aos inscritos na oficina bons e maus exemplos de reportagens e matérias factuais e referências para extração de dados, que são muitas, já que, indubitavelmente, há uma intersecção entre problemáticas, como a questão fundiária, segurança pública, Justiça, direitos humanos e não humanos, meio ambiente, entre outras. Creio ser igualmente relevante e profícuo comentar aspectos como o que seria o feminismo indígena e trazer um pouco de perspectivas da antropologia, uma vez que até mesmo noções como o que é uma pessoa muda bastante quando se compara o modo de viver de indígenas com não indígenas.

Oficina 15 - Comunicação Eleitoral e Mídia Social: como usar o Instagram para conectar políticos e cidadãos

Luiz Ademir de Oliveira e Arthur Raposo Gomes

A atividade apresentará breve introdução sobre a relação mídia e política e reflexões sobre comunicação política e eleitoral. Em seguida, serão demonstradas práticas de gestão de mídias sociais, em específico o Instagram, no contexto político-eleitoral, além de ser realizada atividade para aplicar as informações e discussões.

Oficina 16 - Transformação digital, inteligência artificial: novos caminhos para a comunicação

Angélica Braga Cardoso

O workshop apresentará conceitos de transformação digital e inteligência artificial em empresas, bem como o papel da comunicação nesse contexto. Os inscritos conhecerão modelos de fluxos de trabalho e entenderão como aplicá-los em empresas. Na atividade, os inscritos poderão entender o panorama das empresas brasileiras nessa mudança e acompanhar os principais cases dos últimos anos. Ao final, será feita uma discussão sobre os casos apresentados e as formas de aplicação dos conceitos em empresas.

Oficina 17 - Importância da comunicação governamental na saúde pública

Bárbara Elisabeth de Oliveira Celino

Esta atividade do IntercomLab visa trazer uma reflexão sobre a importância da comunicação governamental na saúde pública elucidando exemplos bem-sucedidos de Barbacena (MG). Ao abordar particularidades e importância da comunicação na saúde pública, a atividade explicará como comunicar com diferentes públicos, como combater fake news, formas de uso da criatividade nas campanhas de saúde e como transformar a comunidade em agente propagadora.

Oficina 18 - Reportagem de rua: os bastidores e os desafios da cobertura jornalística em TV nas cidades do interior

Thaís Oliveira Fullin

A atividade apresenta os detalhes da reportagem de rua em TV, apresentando as seguintes discussões: Estrutura em uma redação de TV. Telejornalismo diário: o dia a dia da reportagem de rua em uma emissora do interior. A importância da apuração

e da checagem de informações para evitar a desinformação. Os desafios das entradas ao vivo e a necessidade do improviso. Cobertura de factual. Cobertura de grandes eventos. Cobertura da pandemia. Agressões a jornalistas. Reportagens especiais. Oratória e desenvoltura na frente das câmeras: prática, não "dom". Tecnologia: o smartphone como recurso indispensável. Jornalismo multiplataforma. A necessidade da segmentação do jornalismo. Fake news: como manter a credibilidade.

Oficina 19 - Social commerce: segredos de social media para vendas online

Brenda dos Santos Reis e Estela Magalhães

Nesta prática laboratorial, você aprenderá de forma prática como utilizar as redes sociais para converter vendas em sites de comércio eletrônico. Serão apresentados os seguintes tópicos: Fundamentos das mídias sociais; Gestão de conteúdos em mídias sociais; Contextualização sobre a importância das redes sociais nas estratégias de marketing e comunicação de um e-commerce; Tendências digitais; Indo além de criar uma loja online + social commerce + canais estratégicos; Storytelling: histórias autênticas e humanização de marca; Construção de presença envolvente nas redes sociais gera mais vendas; Gerenciamento de crises; Dicas de ferramentas úteis. Ao final os inscritos farão um exercício prático.

Oficina 20 - Criando Conteúdo Audiovisual para Redes Sociais

Higor Gilberto Rodrigues

Nesta oficina, os inscritos aprenderão de forma prática como criar e desenvolver conteúdo em áudio e vídeo para redes sociais. Abordarei assuntos como introdução ao audiovisual voltado para redes sociais, tipos de redes sociais e seu público-alvo e prática de produção de conteúdo. Para a participação, é necessário trazer o telefone celular.

Oficina 21 - Prática de briefing e planejamento de campanha

Marina dos Santos Franco

O objetivo da oficina é permitir que os inscritos aprendam, na prática, a produção de briefing e planejamento de campanha publicitária. Para isso, serão apresentados conceitos-base de briefing e planejamento de uma campanha publicitária, teorizando e relatando como funciona o dia a dia do publicitário no mercado. Por fim, uma dinâmica entre os participantes que farão o briefing e planejamento de um cliente hipotético.

Oficina 22 - Arte Analógica: produção de caricaturas com colagens

Edson Brandão

Essa prática laboratorial fará uma imersão com os participantes para a produção de caricaturas com colagens. Sem computadores ou dispositivos eletrônicos, os participantes conhecerão técnicas de produção de caricaturas por meio de colagens. Serão utilizados apenas papéis, tesouras e cola, recriando experiências artísticas da imprensa nacional nas últimas décadas.

Oficina 23 - Desvendando o Canva e criando designs profissionais

Pablo Silva

Descrição do Workshop: Neste workshop interativo, os participantes serão guiados através de uma jornada prática e informativa sobre o Canva, uma das ferramentas mais poderosas para criação de artes e materiais visuais no mundo do marketing e da comunicação atualmente. Durante a sessão, os participantes irão explorar desde conceitos básicos até técnicas avançadas para criar designs profissionais, aproveitando ao máximo os recursos oferecidos pelo Canva. Além disso, serão compartilhadas dicas e melhores práticas para maximizar a eficiência e impacto das criações, abordando aspectos cruciais do design e da comunicação visual.

Ementa: 1. Introdução ao Canva e seus recursos fundamentais - Apresentação do Canva: Cenário, propósito e popularidade. - Navegação pela interface: compreendendo as principais funcionalidades. - Explorando modelos e elementos: como aproveitar ao máximo a biblioteca do Canva. 2. Dominando as técnicas de design - Princípios básicos de design: composição, cores, tipografia etc. - Personalização avançada: edição de elementos, aplicação de efeitos etc. - Criando layouts atraentes: dicas para capturar a atenção do público-alvo. 3. Criando conteúdo visual impactante - Design para redes sociais: dimensionamentos ideais, tipos de conteúdo etc. - Apresentação da interface de materiais de marketing: cartazes, panfletos, banners etc. - Elaboração de apresentações profissionais: dicas para criativos impactantes 4. Estratégias para maximizar a eficácia das criações - Configuração da marca dentro da plataforma para eficiência nas produções - Criação da identidade visual para profissionalização do trabalho - Melhores práticas de branding: garantindo consistência e reconhecimento da marca. 5. Workshop prático: criando artes profissionais - Exercícios práticos guiados para aplicar os conceitos aprendidos. - Orientação individualizada: feedback e sugestões para aprimoramento das criações. - Compartilhamento de recursos adicionais e ferramentas complementares para design. 6. Encerramento e discussão - Recapitulação dos principais pontos abordados. - Espaço para perguntas e debate sobre desafios específicos dos participantes. - Sugestões para continuidade do aprendizado e aprimoramento contínuo no uso do Canva. Público-Alvo: Este workshop destina-se a estudantes e profissionais de comunicação, marketing, design gráfico e áreas afins, interessados em aprimorar suas habilidades de design e aprender a criar materiais visuais de alta qualidade utilizando o Canva.

Oficina 24 - Cobertura de Jornalismo Musical

Priscila Noronha Bertozzi

Tópicos da aula: a evolução da cobertura musical e como o mercado de streaming e a mídia social impactaram no novo modelo de jornalismo cultural; Empreendedorismo: como sobreviver no mercado atual (pedir modelos práticos de veículos); como é trabalhar com um mercado nichado; Experiência pessoal sobre a cobertura de música latina no Brasil.

Oficina 25 - Introdução à escrita científica: aprenda como elaborar artigos e TCCs

Susana Azevedo Reis

O objetivo da oficina é preparar estudantes e pesquisadores para escreverem artigos científicos, trabalhos de conclusão de curso (TCC) e outros tipos de textos acadêmicos. Buscaremos expor as principais características, estruturas e gêneros dos trabalhos científicos dentro do campo da Comunicação, buscando oferecer técnicas e dicas para a organização destes textos. Apresentaremos também as principais estruturas de um artigo e de um TCC, além das regras primordiais da ABNT utilizadas para a formatação destes trabalhos. A oficina é voltada para os interessados em melhorar seu processo de escrita e desenvolver habilidades na produção de textos científicos. Após a conclusão da oficina, espera-se que os participantes estejam aptos a redigir textos científicos. Desejamos formar profissionais mais competentes e capazes de contribuir para o desenvolvimento e para a divulgação da ciência no campo da Comunicação.

WORKSHOPS

Workshop 1 - Além dos likes: a atuação nas plataformas de mídia social a partir dos princípios da Comunicação Pública

José Agnaldo Montesso Júnior

O objetivo do minicurso é abordar os princípios da Comunicação Pública ao trazer exemplos de publicações feitas pelas administrações públicas nas plataformas de mídia social (Facebook, Instagram e TikTok), problematizando-as com os 12 Princípios da Comunicação Pública e com conceitos tratados pela literatura nacional. Os princípios foram definidos pela ABCPública em 2021. Essas diretrizes têm o objetivo de fazer com que a Comunicação Pública assuma a perspectiva cidadã, envolvendo temas de interesse coletivo. Diz respeito ao diálogo, à informação e ao relacionamento cotidiano das instituições públicas com o cidadão. A internet e, principalmente as plataformas de mídia social, tem obtido um grande alcance entre os brasileiros. Cerca de 156 milhões de brasileiros (84% da população) acessaram a internet em 2023, mas, ao mesmo tempo, cerca de 26,7 milhões de pessoas não tiveram acesso às notícias e informações sobre o lugar onde vivem. Ao mesmo tempo, 94% prefeituras do país possuem perfil em alguma plataforma. Desta forma, o minicurso vem tratar a importância e a forma com que as administrações públicas vêm utilizando as plataformas de mídia social como canais de Comunicação Pública com a sociedade, por meio informações de interesse público.

Workshop 2 - Os meios de comunicação como instrumentos de práticas extensionistas

Marcela Fernanda da Paz de Souza

O workshop objetiva disponibilizar um curso com técnicas de utilização dos meios de comunicação para ações extensionistas promovidas por universidades, instituições de segurança pública, organizações não-governamentais, associações de moradores e outros grupos de interesse. Para a realização das atividades serão utilizados os exemplos de extensões universitárias que utilizaram os instrumentos de comunicação como meio chave para a execução dos projetos: a utilização de

minicursos itinerantes sobre comunicação e oratória, bem como, a gestão de redes sociais; ações de fortalecimentos dos direitos humanos – mulher e trabalho; equidade racial; enfrentamento do capacitismo; segurança das mulheres; migração. Serão indicadas nestes eixos algumas formas de trabalho junto à comunidade com a utilização dos veículos de comunicação comerciais, comunitários, carros de som, elaboração de cartazes, cartilhas, redes sociais, dinâmica de balões e música. Os participantes aprenderão como desenhar uma proposta extensionista utilizando os meios de comunicação, considerando o tempo de execução; recursos e públicos-alvo.

Workshop 3 - Como atuar na comunicação de organizações públicas? Estratégias para produzir conteúdo relevante, estratégico e confiável

Michel Carvalho da Silva

A comunicação pública é o campo de trabalho de grande parte dos profissionais de comunicação social. O Brasil possui 5.565 municípios, com suas estruturas nos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário. A comunicação pública, nesse contexto, deve promover o exercício pleno da cidadania. Por isso, é preciso produzir conteúdo relevante, estratégico e confiável no âmbito das organizações públicas, de modo a garantir o direito humano à informação. Entre os objetivos da atividade, estão: I) apresentar teorias, casos e reflexões sobre a comunicação pública no contexto do Estado Democrático; II) analisar as mudanças nas formas de comunicação e interlocução entre cidadãos e organizações públicas na era da plataformização e da economia da atenção; e III) discutir estratégias de comunicação que “furem a bolha” e dialoguem com os diferentes públicos. O workshop prevê uma abordagem teórico-prática, com a apresentação de conceitos e o estudo de casos reais, além da aplicação de exercícios de produção de conteúdo para canais de comunicação de organizações públicas.

Workshop 4 - Atendimento Publicitário com excelência e muito jogo de cintura!

Brunella Saib Chequer Rizo

O atendimento publicitário nas agências tem ganhado mais espaço e destaque, sendo a ponte de comunicação entre o cliente e outros setores da agência. Para atender clientes, como do segmento Atacadista, um dos setores do mercado que mais crescem, são necessários alguns skills e jogo de cintura para dar conta da rotina intensa de solicitações, alterações e surpresas! O workshop tem o intuito de transmitir sobre a rotina do atendimento publicitário, a diferença em atender um cliente do setor atacadista, como ter jogo de cintura para lidar com os pedidos e imprevistos e ter uma boa relação com os colaboradores da agência, mantendo um equilíbrio entre atender o que o cliente pede, ter assertividade na entrega e organizar as demandas que já existem na pauta da agência.

Workshop 5 - Práticas de jornalismo antirracista em cobertura de crimes de violência de gênero

Nayara Luiza de Souza

A prática antirracista faz parte da formação ética de todo jornalista, principalmente ao considerar-se que dentre os valores expressos no Código de Ética dos Jornalistas

Brasileiros consta a defesa dos princípios referentes aos Direitos Humanos. Na graduação em jornalismo, modos de apuração e redação que não reproduzam violências de gênero e racistas têm se apresentado como demanda pelos estudantes e em ementas de disciplinas. Além de serem valores observados pelas audiências na atribuição de credibilidade a algumas coberturas jornalísticas. No Brasil 67,4% das mulheres assassinadas, em 2021, eram negras (ATLAS DA VIOLÊNCIA, 2023), mortes que parecem ser invisíveis nas coberturas jornalísticas sobre feminicídio. Esse apagamento tem acompanhado a prevalência das mulheres negras como principais vítimas de assassinatos e feminicídio historicamente (ATLAS DA VIOLÊNCIA, 2019, 2020,2021). Considerando o público da Intercom, o workshop propõe-se a proposição e apresentação de alternativas de coberturas e redação de textos antirracistas para além de pautas que se foquem em eventos de racismos pontuais. A partir da lente do feminismo negro, desenvolveremos a análise de coberturas nacionais e a construção conjunta de um guia de apuração e redação de crimes de violência de gênero que envolva mulheres racializadas como vítimas.

Workshop 6 - Diferenças, diversidade, equidade e inclusão: desafios para a comunicação

Jose Marcio Pinto de Moura Barros

A diversidade cultural constitui-se como uma realidade complexa e desafiadora. Por um lado, é a expressão do mais rico e surpreendente patrimônio da humanidade: a capacidade de articular, simultaneamente, singularidades e universalidades, o que a transforma num rico recurso material e imaterial. Nesta dimensão, as diferenças são propiciadoras de diálogos interculturais de grande potência. Mas por outro lado, a diversidade expressa também, incapacidades de reconhecer, compreender e respeitar nossas diferenças, o que inaugura na medida em que as transforma em desigualdades, em práticas de enfrentamentos, exclusão e preconceitos. Daí a necessidade de se trabalhar uma práxis que articule diferenças e diversidade com as questões da equidade e inclusão. As práticas organizacionais e comunicacionais não estão imunes a tais desafios e paradoxos.

Workshop 7 - Docência no Ensino Superior - Caminhos e preparo para se tornar um professor universitário

Flavio Salcedo Rodrigues Moreira

Este workshop tem como principal objetivo apresentar para seus participantes os caminhos para se tornarem professores universitários. Os participantes terão a oportunidade de explorar temas como: mercado educacional do ensino superior no Brasil, jornada acadêmica para se tornar um docente, preparo profissional e diferenciais para ingresso como docentes universitários, metodologias de ensino, construção de conteúdo programático, habilidades de apresentação e pesquisa, demandas profissionais do ensino superior, formas de ingresso na docência, além de entenderem as expectativas e demandas do ambiente acadêmico. Através de discussões e atividades práticas, os participantes serão apresentados aos desafios de ser professor universitário e aproveitar as oportunidades da carreira docente no ensino superior.

Workshop 8 - Desvendando a normalização segundo a ABNT

Ana Paula Martins Pereira

A proposta é ser uma oficina com foco na normalização de trabalhos acadêmicos segundo a Associação Brasileira de Normas Técnicas, envolvendo aspectos gerais de artigos, relatórios, monografias, dissertações e teses. A ideia é desvendar alguns mitos sobre as regras da ABNT, além de dar dicas sobre como usá-las tanto na rotina acadêmica de estudantes e docentes, como aqueles(as) profissionais interessados em atuar com a normalização no ramo da revisão de textos. Serão abordados aspectos como estrutura do trabalho, formatação, apresentação gráfica, citações, referências, entre outros. Destaque para a atualização da norma NBR 10520:2023 – Citações em documentos. Apesar de não ser uma oficina prática, por meio de exemplos, os participantes poderão esclarecer dúvidas e trocar ideias sobre a aplicação das normas da ABNT nos trabalhos acadêmicos.

Workshop 9 Explorando o Futuro da Internet: Workshop Introdutório sobre Internet Computer (ICP)

Henrique Moraes Kopke

Na década de 1990, serviços de licença livre como Wikipedia e Creative Commons ocupavam lugares na DADOSFERA de bens-públicos, mantendo princípios como não-rivalidade e não-exclusão. Nas décadas seguintes, o capitalismo de plataforma criou mecanismos de incentivos que propiciam a rivalidade e exclusão na Internet. Este workshop procura retomar o potencial da licença livre Internet Computer (ICP), uma inovação na esfera digital, que promete remodelar as interações na internet ao viabilizar operações em uma estrutura completamente descentralizada. A iniciativa visa proporcionar um entendimento abrangente sobre como o ICP pode dissolver as fronteiras tradicionais entre usuários e desenvolvedores, fomentando um ecossistema onde a inovação, a segurança e a acessibilidade coexistem. Destinado especialmente a estudantes da área de comunicação, o workshop oferece uma imersão profunda na tecnologia blockchain, destacando seu papel crucial no redefinir das dinâmicas de comunicação online. A sessão representa uma ocasião imperdível para aqueles que aspiram a compreender as implicações futuras da tecnologia blockchain no desenvolvimento e na expansão da internet. Convidamos os participantes a embarcarem nesta jornada exploratória, visando desvendar as possibilidades que aguardam no próximo horizonte da internet.

Workshop 10- Despertando o Prazer pela Leitura: Estratégias Inovadoras através das Redes Sociais

Júlia de Aquino Vidal Gomes Borges

Em um mundo digitalmente conectado, explorar novas abordagens para estimular o hábito de leitura entre os alunos da graduação torna-se imperativo. Este workshop oferece uma imersão nas potencialidades das redes sociais - YouTube, Instagram, Skoob, TikTok, memes e WhatsApp - como ferramentas poderosas para enriquecer a experiência de aprendizado em todas as disciplinas.

Workshop 11 - Creator Economy: Conceitos, Ecossistema e Mapeamento de Creators para Campanhas de Conteúdo

Daniilo Nunes Dias Pereira

Através da dissecação de um planejamento de comunicação com creators (criadores de conteúdo) nas redes sociais, os participantes aprenderão - pela ótica das marcas - como abordar e trabalhar com esses criadores, que funcionam muito além de um simples espaço de mídia.

Workshop 12 - A imagem na TV: histórico e conceitos da cinegrafia jornalística

André Ferreira Lamounier

Este workshop propõe ao participante situar a cinegrafia no contexto do telejornalismo - apresentar o histórico da profissão de repórter cinematográfico, a evolução tecnológica que altera as rotinas profissionais, além de oferecer conceitos de cinematografia (enquadramento, composição, iluminação, narrativa audiovisual, as dimensões do corpo, do território e da paisagem, entre outras). O participante terá a oportunidade de participar de uma análise comentada da cinematografia de um telejornal e experimentar os conceitos apresentados utilizando a câmera do próprio aparelho celular.

Workshop 13 - Imagens geradas pela Inteligência Artificial: perspectiva crítica sobre representações e vícios algorítmicos

Talita Souza Magnolo

Este workshop tem como principal demonstrar através do uso da plataforma Microsoft Bing, as potencialidades e as fraquezas relacionadas à criação de imagens com o auxílio da Inteligência Artificial. O workshop está dividido da seguinte forma: Parte I (1 hora de duração): História da IA; principais definições; Programação Neurolinguística; Modos de funcionamento. Parte II (1 hora de duração): Atividade prática com os participantes e roda de conversa com as principais reflexões sobre os resultados obtidos. Parte III (1 hora de duração): Os debates éticos sobre a IA; Colonialismo de dados e racismo algorítmico; Culto à informação e as problemáticas na mídia. Espera-se que ao final deste Workshop, os participantes: (1) aprendam sobre a história da IA, bem como suas principais características e definições; (2) tenham aprendido a utilizar a ferramenta Microsoft Bing; (3) desenvolvam uma perspectiva crítica, enquanto pessoas e enquanto profissionais sobre as limitações da Inteligência Artificial, sob perspectiva da criação de imagens.