

## CONGRESSO INTERCOM SUL 2024

### RELAÇÃO DE OFICINAS E WORKSHOPS APROVADOS

#### **Oficina 1 – Histórias de vida: Como escrever textos de perfil**

Felipe Adam

O perfil é uma das categorias inseridas no grupo das narrativas biográficas, conjunto de textos que possuem relação com as histórias de vida, como biografias, autobiografias e memórias. No perfil, por exemplo, uma de suas características é buscar um retrato psicológico a partir do momento presente. A missão, segundo o professor Edvaldo Pereira Lima (2009, p. 428), é “(...) lançar luzes sobre alguém, compreendê-lo sob diferentes matizes de cores”. A partir dessa explicação teórica, a presente oficina objetiva proporcionar aos alunos uma explicação histórica sobre o desenvolvimento do texto de perfil, suas aproximações com o jornalismo literário e, ainda, junto ao "new journalism", movimento ocorrido na década de 1960, nos Estados Unidos. Ademais, a oficina intenta compartilhar técnicas de observação, perspectivas das entrevistas em profundidade e a preocupação com a humanização das personagens. Por fim, busca-se analisar a relação do jornalista e o dever da memória. Entre as atividades a serem desenvolvidas, sugere-se entrevistas entre os participantes da sala e um relato de observação realizado nos corredores da universidade. A proposta é reunir 25 alunos em três horas de atividades.

#### **Oficina 2 – Estereótipos representados: corpos negros na Comunicação brasileira**

Felipe Cardoso dos Santos

A proposta visa a criação de uma oficina intitulada “Desconstruindo Estereótipos: corpos negros na Comunicação brasileira”. Este evento tem como objetivo abordar criticamente a representação de corpos negros nos meios de comunicação do Brasil, destacando a importância da desconstrução de estereótipos e estigmas atrelados a essas populações. A oficina será estruturada em um único módulo interativo que explorará a história da representação negra na mídia brasileira. Serão discutidos casos emblemáticos, analisando como os estigmas e estereótipos contribuem para a perpetuação do racismo. Destacaremos a necessidade de ampliar a diversidade de narrativas, acreditando na contribuição da promoção da inclusão sociorracial nos meios de comunicação.

#### **Oficina 3 – Introdução ao uso transdisciplinar do software IRAMUTEQ em pesquisas de Comunicação**

Jader Cleiton Damasceno de Oliveira

Compreendendo o caráter da linguagem escrita e falada como ferramenta indispensável na construção da comunicação, bem como do seu campo de estudo (FRANÇA, Vera 2006), a oficina objetiva apresentar importantes ferramentas e

possibilidades disponíveis no software de análise textual Iramuteq. O Iramuteq é um software gratuito e com fonte aberta utilizado para análises multidimensionais de textos e/ou questionários. Em vista da sua ampla gama de procedimentos e capacidade de arquivamento, o software amplia visa ampliar o horizonte das pesquisas qualitativas e quantitativas (Bardin, Laurence 1977) auxiliando na formulação de inferências linguísticas, categorias de análise e transdisciplinar entre campos.

#### **Oficina 4 – Pesquisa em Comunicação: possibilidades e desafios na definição de um caminho teórico e metodológico**

Greice Rosane Gomes

A pesquisa em Comunicação, herdeira dos referenciais de diferentes áreas das Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, apresenta um leque de possibilidades na definição de caminhos teóricos e metodológicos. Devido a esta característica, a elaboração da proposta metodológica de uma pesquisa científica na área pode ser uma das etapas mais desafiadoras para a/o pesquisador/a. A fim de auxiliar novas/os pesquisadoras/es em Comunicação, esta oficina abordará três grandes temas: a) características específicas da pesquisa em Comunicação em relação a outras áreas das ciências, b) possibilidades metodológicas para a pesquisa em Comunicação, e c) possibilidades e desafios na articulação de técnicas e ferramentas para a definição de um caminho teórico e metodológico de pesquisa. Além da abordagem desses temas, a oficina também será um espaço para troca de informações entre as/os participantes sobre seus projetos de pesquisa em desenvolvimento e as possibilidades metodológicas mais adequadas a cada desenho de investigação.

#### **Oficina 5 – Escrita do perfil jornalístico: ética e estética da narrativa biográfica curta**

Marlon Santa Maria Dias

A oficina objetiva explorar as potencialidades do perfil, considerado um gênero nobre do jornalismo, enquanto produção criativa que alia recursos de escrita literária ao rigor da apuração jornalística. A atividade será dividida em três momentos: (1) apresenta definições e características do perfil, situando sua emergência e desenvolvimento na história do jornalismo; (2) ensaia uma reflexão crítica sobre modos de apuração e implicações éticas no trato com a alteridade e; (3) discute os processos de experimentação narrativa a partir da apresentação de técnicas e da leitura de trechos exemplares. Desde o início as pessoas participantes da oficina serão incentivadas a pensar em uma pauta para a elaboração de um perfil e, assim, cada etapa ajudará nessa atividade prática. A intenção é que as participantes desenvolvam competências necessárias para reconhecer perfis, identificar suas características e experimentar a escrita. Ainda que o perfil seja tradicionalmente vinculado à mídia impressa, notam-se as atualizações do gênero em produções multimídia, podcasts, documentários e mesmo na comunicação institucional. A oficina oferece subsídios para que os estudantes possam propor em suas atividades (laboratoriais ou profissionais) a escrita de perfis.

## **Oficina 6 – O espaço da diversidade no esporte espetacularizado**

Soraya Damasio Bertoncello

A aula trará cases de históricos e recentes da participação de diversidades no esporte, em diversas instâncias (clubes, torcidas, imprensa) e modalidades (futebol, natação, vôlei etc.). Através dos casos apresentados, será feita uma discussão cujos objetivos são (i) discutir os conceitos de diversidade, representatividade e esporte de matriz espetacularizada (Damo, 2007); (ii) identificar o espaço e a invisibilização da diversidade sexual no esporte espetacularizado, seja em atletas, torcedores, trabalhadores e imprensa; (iii) desenvolver crítica sobre o papel da imprensa, da publicidade, da comunicação organizacional e das entidades relacionadas aos esportes - clubes, comitês e federações - no combate a LGBTfobia.

## **Oficina 7 – Mobilização Social – O Papel da Comunicação no Processo Deliberativo**

Kawê da Silva Veronezi

A Mobilização Social tem sido cada vez mais um campo de atenção para os profissionais da Comunicação, as organizações e as demandas sociais. Entidades do Governo, pequenas e grandes empresas, movimentos sociais e ONGs se deparam com os desafios de garantir a participação social e o engajamento coletivo em campanhas, causas, ações e programas. A partir do pressuposto de que assegurar o processo deliberativo é a principal função da Comunicação na Mobilização Social, a oficina busca oferecer ferramentas, técnicas e conhecimentos teórico-práticos no tema. A oficina será dividida em três momentos: (1) a apresentação dos conceitos-chave para compreensão do tema; (2) estudo de cases para ensaiar reflexões críticas sobre a práxis; (3) proposição de uma dinâmica coletiva como produto da oficina. A atividade visa proporcionar aos estudantes, profissionais e pesquisadores da Comunicação insights, embasamentos, caminhos metodológicos e técnicas para construção participativa do processo deliberativo na condução da Mobilização Social.

## **Oficina 8 - Oficina de crônicas, ou quando a crônica não conta um conto**

Henrique Perin

Embora haja quem defina a crônica como o mais brasileiro dos gêneros literários, ela não é uma invenção exclusivamente nossa. Sua história começa com a Antiguidade Clássica, mas seu formato moderno tem o ponto de partida com a Revolução Industrial e a popularização da imprensa. Sendo um gênero que abarca diversas linguagens e tons, apesar da proximidade com o conto, a crônica destaca-se por ter um elemento sempre presente: o relato da vida cotidiana e a conversa com o leitor. Valendo-se de

exposições teóricas e práticas, esta oficina propõe-se a: 1) ofertar uma aula sobre a origem da crônica, suas características, particularidades e diferenças com outros gêneros literários, no Brasil, e principalmente na imprensa sul-rio-grandense; 2) redação crônicas pelos alunos; 3) leitura, discussão e análise das crônicas redigidas pelos alunos.

### **Oficina 9 - Quebrando o tabu. Vamos falar de suicídio na comunicação**

Mauren de Souza Xavier dos Santos

A proposta da oficina é trabalhar e discutir as maneiras que a comunicação social – num pensamento mais amplo, para além do jornalismo propriamente dito – pode auxiliar na informação sobre suicídio e as maneiras de colaborar com a prevenção. O assunto tornou-se um tabu no jornalismo no século passado. Ao mesmo tempo, essa concepção tem sofrido mudanças nas últimas duas décadas. Os motivos são variados, como a própria ação da Organização Mundial da Saúde (OMS) e das entidades de saúde. Assim, a orientação não é pela rejeição ao tema, mas por uma abordagem mais adequada. O assunto está presente no noticiário, apesar de haver abordagens consideradas equivocadas. Ao mesmo tempo, a comunicação organizacional também merece atenção, porque, pela relevância do tema, os seus profissionais também precisam estar atentos e desenvolver conteúdos neste sentido. A ideia da oficina é utilizar algumas reportagens e ações já realizadas em veículos de comunicação e organizações de comunicação e pensar sobre os seus conteúdos e, ao mesmo tempo propor alternativas de abordagens. A reflexão ganha mais relevância pela pouca produção acadêmica no assunto, inclusive que o gerou o meu interesse em 2017 para desenvolver a minha dissertação, concluída em 2019, na PUCRS.

### **Oficina 10 - No Caminho para o Topo: Práticas de SEO e Introdução ao SGE**

Luana Girardi

Os participantes desta oficina estarão equipados com o conhecimento e as habilidades necessárias para desenvolver e implementar estratégias eficazes de SEO em seus projetos e organizações, contribuindo para o aumento da visibilidade online e o sucesso nos resultados de busca. Segundo o Search Engine Market Share Worldwide (Março, 2024) cerca de 91,4% das buscas realizadas na internet estão concentradas no famoso motor de busca, o Google. Em relação aos usuários que realizam buscas em mecanismos, estima-se que cerca de 70% dos cliques fiquem entre os três primeiros resultados fornecidos pela ferramenta. Com isso, a importância do SEO no mundo digital é inegável, sendo vital que organizações e profissionais de comunicação estejam bem versados nesta prática para garantir a visibilidade de seus conteúdos. Iniciamos a oficina compreendendo o que é SEO e sua evolução ao longo do tempo. Desde os primórdios da internet, o SEO tem sido uma peça-chave para a visibilidade online. Após, iniciamos uma introdução ao Google Search Generative Experience Explained (SGE), o qual é um ponto relevante a ser debatido. Com o avanço da inteligência artificial generativa, os motores de busca estão cada vez mais capacitados a compreender e fornecer resultados semânticos mais relevantes para as consultas dos usuários. No entanto, é importante discutir os possíveis desafios e implicações

dessa mudança, garantindo que as estratégias de SEO estejam alinhadas com as melhores práticas e os interesses dos usuários.

### **Oficina 11 - Futebol além da mesa de bar: as redes sociais como o (nada perfeito) palco de discussões**

Natália Carvalho

O workshop terá como objetivo mostrar como os discursos dos atores do futebol, que antes tinham papéis e espaços bem definidos de manifestação, agora disputam espaços e narrativas nas redes sociais. Se na Sociedade dos Meios os clubes se manifestavam institucionalmente através dos veículos de comunicação, hoje eles se expressam nas plataformas digitais, assim como jornalistas e torcedores.

Temos como resultado dessas interações uma verdadeira bagunça midiaticizada, onde vozes institucionais se misturam com vozes de pessoas físicas, porque jogadores, treinadores e dirigentes falam através do perfil pessoal e algumas vezes até mesmo divergem das posições oficiais dos seus clubes. No meio disso, temos jornalistas que se posicionam ora como pessoa física, ora como o veículo que representam. Surgem também os torcedores – que podem ser, inclusive, haters, que contribuem para o caos generalizado.

A proposta é (i) promover um debate sobre as características da ambiência midiaticizada, propondo a participação dos inscritos com relatos de casos polêmicos que derivaram de discussões sobre futebol nas plataformas digitais, (ii) refletir sobre a conduta dos profissionais de comunicação, atletas e dirigentes de futebol nas redes sociais, (iii) questionar a credibilidade e alcance que *haters* possuem nas plataformas.