

OFICINAS E WORKSHOPS DO INTERCOM SUL 2025

As oficinas ocorrem na sexta-feira, 4 de julho, às 8h. As oficinas possuem uma capacidade limitada e a participação se dará por ordem de chegada. Indica-se que o congressista chegue com pelo menos 5 minutos de antecedência para garantir sua vaga.

Oficina de crônicas (15 vagas)

Henrique Perin (Universidade de Lisboa)

Local: Bloco B3 – Laboratório de Informática A (LABINFO B3 - segundo andar)

Embora haja quem defina a crônica como o mais brasileiro dos gêneros literários, ela não é uma invenção exclusivamente nossa. Sua história pode começar na Antiguidade Clássica, mas seu formato moderno tem como ponto de partida a Revolução Industrial e a popularização da imprensa, no século XIX. Mesmo que se aproprie de diversas linguagens e tons, apesar da proximidade com outros gêneros, como o conto, a crônica destaca-se por ter um elemento sempre presente: o relato da vida cotidiana e a conversa franca 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 e particularidades; 2) propor a redação crônicas pelos alunos; 3) leitura, discussão e análise das crônicas redigidas pelos alunos.

A música nas fitas de Rogério Sganzerla (45 vagas)

Cristina De Marco (UniSul)

Local: Sala A2 140

A oficina explora a profunda relação do cineasta catarinense Rogério Sganzerla com a música, destacando como esta influenciou a estética inovadora de suas produções audiovisuais. Durante o encontro, serão apresentados trechos de filmes emblemáticos como "O Bandido da Luz Vermelha" e "Copacabana Mon Amour", analisando coletivamente as escolhas sonoras que marcaram sua obra. A atividade também abordará a presença da música nos textos críticos escritos por Sganzerla e as homenagens musicais que sua obra inspirou. Destinada a comunicadores e interessados no cinema brasileiro, a oficina oferece espaço para discussão aberta sobre o legado artístico e musical de um dos mais inventivos cineastas do país.

Liderança para a direção cinematográfica (25 vagas)

Bruna Meoti (Unochapecó)

Local: Sala A2 170

A oficina introduz aspectos simbólicos e práticos da direção, focando na liderança em equipes audiovisuais. Com 2 horas de duração, é voltada a estudantes, realizadores e interessados, refletindo sobre o papel do(a) diretor(a) como articulador(a) de visão criativa, escuta ativa e tomada de decisões. A proposta surge da pesquisa de especialização da ministrante, que mapeou as percepções de profissionais do audiovisual do Oeste de Santa Catarina sobre o que é ser e fazer direção cinematográfica. A oficina foi pensada como uma resposta às lacunas formativas identificadas nesse contexto, buscando suprir carências locais por meio da capacitação. Divide-se em: 1) conversa guiada sobre vivências em direção e 2) exposição sobre liderança, comunicação, equipes temporárias, no contexto do audiovisual, além de atribuições da direção.

Cooperativismo é cool: o papel da comunicação nas cooperativas (25 vagas)

Juliane Bee (Sicredi)

Local: Sala B1 120

Em 2024, o Anuário do Cooperativismo Brasileiro divulgou que 11,5% da população brasileira é associada a uma cooperativa. São mais de 4.500 cooperativas espalhadas pelo país, presentes em todos os estados brasileiros. Esse modelo de negócio que só cresce tem seu berço no Sul, casa das primeiras cooperativas em terras tupiniquins. Na economia, as cooperativas contribuem em vários setores além do agro, como transportes, crédito, saúde, bens e serviço e consumo. Um segmento que precisa aliar tradição e inovação para atingir novos públicos, principalmente a geração Z. O papel da comunicação dentro das cooperativas se mostra mais importante do que nunca, levando informação, estratégia e propósito. Enquanto empresas passam a ver o propósito como uma forma de posicionamento, nas cooperativas o propósito faz parte de seus princípios. Saber como comunicar, o que comunicar e onde estar inserido e como funciona o modelo de negócio são requisitos básicos de um profissional da comunicação que atua em cooperativas. O objetivo deste workshop é aprimorar os skills de profissionais que buscam ou já atuam em cooperativas, aliando os pilares de posicionamento, negócio e social. serão tópicos abordados: como competir com outros players do mercado além das cooperativas, como falar com o público-alvo e ferramentas de pesquisa.

Diferenciação ou morte: como o branding transforma produtos em objetos de desejo?

Pablo Eduardo Frandoloso (Chaminé – Design e Gestão de marcas)

Local: Bloco A3 – Sala Conexa - Metodologia Ativa (térreo)

Cerca de 30 mil novos produtos são lançados todo ano. Mais da metade fracassa por falta de pesquisa e estratégia. 99% dos consumidores brasileiros são influenciados pela apresentação do produto na hora da compra. Em meio a tantas opções, por que alguém escolhe a sua marca? Em um mercado altamente competitivo, diferenciar produtos é cada vez mais fator determinante para o sucesso das empresas. É para te ajudar entender como o Branding e o Design Estratégico podem ajudar nessa missão que esse workshop foi criado. Conteúdo: 1) Por que se diferenciar é importante? O atual contexto de mercado e como chegamos até aqui. Por que tantos produtos não conseguem ser tão bem-sucedidos? Os erros mais comuns na hora de lançar produtos. 2) O branding como caminho de diferenciação. A gente realmente sabe o que é branding e como aplicá-lo? Os papéis do branding e como ele pode entregar valor aos produtos. Cases globais e locais que demonstram o poder do branding. 3) Inovação a partir do branding na prática. Atividade prática para experimentar o conteúdo com vivências reais.

Planejamento publicitário - Desenvolvendo estratégias de comunicação por meio do método de Design Thinking (30 vagas)

Gleicilene Pereira Setubal (Centro Universitário de Brusque/Havan)

Local: Sala B1 150

Na comunicação, constantemente os profissionais precisam ser rápidos e entregar soluções empáticas, financeiramente viáveis e que atendam, desejos e necessidades do cliente. Utilizar-se da metodologia de Design Thinking, que trabalha o exercício da empatia, colaboração e

experimentação, tem como objetivo permitir a compreensão dos participantes sobre como criar novos olhares, possibilidades de engajamento, interação e aproximação diante de uma solução de problema, resultando em um conhecimento prático e real de como realizar estrategicamente um plano publicitário por meio do método de Design Thinking. Atividades a serem desenvolvidas: Dinâmica de abertura, breve contextualização dos desafios comunicacionais frente às tecnologias e comportamento do consumidor. Separação de grupos e problemáticas a serem desenvolvidas na oficina, construção do mapa de empatia, construção dos planos publicitários por meio do Design Thinking, apresentação dos produtos e discussão final.

Jornalismo literário - transformando pautas em histórias (45 vagas)

Camila Toledo Docena (UPF)

Local: Sala B1 130

Em um mundo onde a informação tende a ser consumida de forma rápida e superficial, o jornalismo literário surge como uma forma de resistência. Para conceituar o que entende-se por jornalismo literário, nos apropriamos do conceito da estrela de sete pontas, proposta por Felipe Pena (2005), que resume os pontos que o jornalismo literário deve contemplar em sua produção: “Significa potencializar os recursos do jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do lide, evitar os definidores primários e, principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos” (p.6). O conteúdo da oficina engloba uma breve conceituação sobre o jornalismo literário, apresenta exemplos de grandes obras clássicas e contemporâneas, uma explanação sobre as características do gênero, que inclui os recursos literários que podem ser usados pelo jornalismo, e uma parte prática de como fazer, com uma proposta de pauta para os inscritos realizarem durante o evento. A oficina se propõe também a discutir o espaço que o mercado jornalístico dá atualmente para esse tipo de conteúdo, promovendo um debate acerca do consumo desse tipo de texto na sociedade atual.

Naming - Como começar? (20 vagas)

Elisangela Tais Meneghini (Unochapecó)

Local: Bloco A3 – Sala LAB FOTO (térreo)

A oficina tem o objetivo de desmistificar o processo de criação de nome para empresas. Uma área que desperta muita curiosidade para quem está chegando no mercado publicitário ou ainda não tem conhecimento prático para desenvolver nomes estratégicos. Cada vez mais, percebemos aumentar as demandas por esse tipo de serviço na nossa região, mas ainda temos poucos profissionais que focam nesse tipo de projeto. Serão analisados cases e projetos, além de conhecer desde a parte teórica até as técnicas que podem ser aplicadas na execução desse tipo de projeto, o participante poderá tirar dúvidas e entender melhor cada processo, do briefing até a entrega final.

~~Experimentações textuais: abordagens para escrita criativa~~ **CANCELADA**

~~Rodrigo Duarte Bueno de Godoi (Unisinos)~~

~~Local: Bloco B3 – Laboratório de Informática G (LABINFO B3 – segundo andar)~~

~~A oficina busca oferecer aos inscritos abordagens para o desenvolvimento e à apropriação de técnicas de escrita criativa. Sabe-se que o texto produzido por profissionais de comunicação~~

~~demanda técnicas de persuasão que construam, de forma criativa, discursos capazes de destacar marcas, produtos ou serviços em um mercado competitivo. Tendo isso em vista, e se orientando principalmente a estudantes de graduação dos cursos de Publicidade e Propaganda, essa oficina buscará apresentar referências teóricas sobre escrita literária, técnicas de persuasão e escrita criativa, bem como propor exercícios de produção textual. Compreendemos que o ferramental aqui sendo proposto contribui para o desenvolvimento de técnicas de escrita caras, tanto a profissionais da comunicação, em seu dia a dia, como também à própria escrita acadêmica, na produção de pesquisas em seus mais diversos formatos (relatórios, apresentações, artigos, capítulos, TCC's, dissertações e teses).~~

Direção de curta-metragem ficcional (20 vagas)

Leonardo Camargo (Unochapecó)

Local: Bloco A2 - LABORATÓRIO CINELAB

A oficina “Direção de curta-metragem ficcional” tem como proposta exibir o curta-metragem “Orlando (2025)”, dirigido por mim, e examinar os métodos empregados e as etapas do projeto, desde a concepção até o resultado final. Irei exibir exemplos e referências da proposta estética do curta-metragem e comparar com o resultado alcançado, examinando erros e acertos e analisando os subtextos resultantes do projeto. Falarei de todo o processo de pré, produção e pós-produção, exibindo moodboards, tratamentos de roteiro, decupagem, storyboard e testes de iluminação e enquadramentos realizados antes da gravação oficial, passando também pela parte de escolha de elenco e preparação de atores. Após a exibição do curta-metragem, passarei aos estudantes um pequeno roteiro e pedirei que façam uma decupagem, justificando as escolhas técnicas e estéticas com base no que foi apresentado sobre o curta-metragem “Orlando”.

~~Pesquisa e construção de conceito em projetos de identidade visual~~ CANCELADA

Rafael Saquetti

Local: Sala B1-170

~~Duas das etapas mais importantes em projetos de design são as fases de pesquisa e ideação. São as fases que darão embasamento para a construção visual do projeto e de onde as ideias surgirão. Nessa oficina veremos estratégias para conduzir a fase de pesquisa em busca de informações importantes e a partir delas construir um conceito robusto e distinto para projetos de identidade visual. Veremos onde pesquisar, pelo que procurar e como organizar as ideias na pesquisa para que essas informações ajudem a construir um conceito. Na primeira metade da aula teremos discussões teóricas sobre o assunto e na segunda metade faremos uma atividade prática de ideação, uma sessão de brainstorm coletivo a partir de um briefing real onde cada participante poderá desenvolver suas ideias de conceito para o projeto.~~

Os dados como fonte jornalística na cobertura de política (20 vagas)

Valeria Romanzini Cenci

Local: Bloco B3 – Laboratório de Informática G (LABINFO B3 - segundo andar)

A oficina terá como objetivo falar sobre a aplicação de dados na produção de conteúdos jornalísticos da cobertura política, além do uso em pesquisas acadêmicas. Serão apresentados exemplos de produção e coleta de dados, formas de 'entrevistar' os números e a busca por tornar

esses conteúdos de acessível compreensão e dinâmicos para o público. A atividade terá uma dinâmica que auxiliará os estudantes no entendimento de como acessar informações, organizar e ler os dados. O objetivo é que a oficina seja conduzida de forma prática, com interação dos estudantes para que possam ver as possibilidades de aplicação na rotina profissional e acadêmica.

Introdução à ilustração (15 vagas)

Matheus Costa

Local: Bloco B3 – ATELIÊ 220 (segundo andar)

Nesta oficina, farei uma abordagem sobre a ilustração dividida em duas partes complementares. Na primeira parte, apresentarei uma introdução ao universo da ilustração digital, abordando seus principais conceitos, estilos visuais, áreas de aplicação e possibilidades no mercado de trabalho. Também compartilharei minha trajetória profissional, experiências ao longo dos anos e apresentarei alguns cases e projetos nos quais trabalhei, para exemplificar como a ilustração pode ser utilizada em diferentes contextos. No segundo momento da oficina, vou demonstrar conceitos e técnicas voltadas para a experimentação na ilustração, incentivando os participantes a explorarem ideias de forma livre. Em seguida, os alunos terão a oportunidade de colocar em prática os aprendizados por meio de exercícios manuais, voltados ao estímulo da criatividade.

Um designER perdido no meio corporativo (35 vagas)

Neimar Grando

Local: Sala B1 110

Nesta atividade, Neimar Grando compartilha sua jornada profissional, desde início da vida profissional em 1994, passando pela formação em design em 2008 e as novas possibilidades e expectativas de um recém-formado em busca de seu lugar. A narrativa explora os primeiros passos no mercado e a transição do ambiente profissional tradicional para o universo corporativo, destacando os desafios e aprendizados dessa adaptação. O ponto central da apresentação será a atuação do designer Neimar Grando como Coordenador de Branding na Vetanco, uma multinacional do agronegócio focada em saúde e sanidade animal. Ele detalhará como o pensamento de design é aplicado estrategicamente dentro da companhia que está em um segmento que pode parecer um caminho profissional estranho para os profissionais da área de design. Através de exemplos práticos de projetos na Vetanco, Neimar demonstrará o impacto do design na resolução de problemas complexos, na inovação, na melhoria da experiência do usuário (clientes e colaboradores) e na comunicação de valor. A atividade também abordará as lições aprendidas ao longo dessa trajetória, enfatizando a importância da flexibilidade, adaptabilidade e da capacidade de construir pontes em ambientes multidisciplinares. Ao final, Neimar Grando convida a audiência a refletir sobre como o “estar perdido” pode ser, na verdade, o combustível para encontrar um propósito e aplicar o design de forma relevante em campos incomuns, como o agronegócio.

Comunicação Esportiva **INSCRIÇÃO ENCERRADA***

Equipe de Comunicação da Associação Chapecoense de Futebol

Local: Arena Condá (Rua Clevelandia, 656 E - Centro - Chapecó/SC)

A oficina propõe apresentar uma visão integrada das áreas de Jornalismo e Marketing dentro de um clube de futebol. Serão abordadas as atividades da assessoria de imprensa, como a produção de releases, organização de entrevistas coletivas, gerenciamento de informações oficiais e cobertura de treinamentos e jogos. Também será discutida a relação com a imprensa externa, o media training com atletas e dirigentes, além da comunicação em situações de crise. A oficina ainda tratará de estratégias para fortalecer a marca Chapecoense e a produção de conteúdo para redes sociais, com foco em engajamento e crescimento de audiência. O encontro ainda mostrará como Jornalismo e Marketing se complementam na construção da imagem institucional do clube. Serão discutidas as novas tendências da comunicação esportiva e dicas para estudantes que desejam atuar na área, ressaltando a importância da versatilidade, da capacidade de trabalhar sob pressão e da compreensão do universo do futebol como um campo de comunicação dinâmico e estratégico.

**Está é a única oficina que não será realizada na Unochapecó. Por isso, havia inscrição prévia. Os inscritos já foram selecionados e comunicados. O deslocamento até a Arena Condá é por conta do congressista.*