

## **CONGRESSO INTERCOM CENTRO-OESTE 2024**

### **RELAÇÃO DE OFICINAS E WORKSHOPS APROVADOS**

#### **Oficina 1 – Por um jornalismo anticapacitista: como tratar e retratar pessoas com deficiência**

*Sabryna Moreno da Silva*

Esta oficina tem como objetivo principal propor reflexões, diálogos e aprendizados sobre como o fazer jornalístico afeta a forma como as pessoas com deficiência (PCD) vivem e se relacionam em sociedade. Ainda hoje, é comum ver conteúdos midiáticos que contribuem com a estigmatização e objetificação de corpos e mentes diversos, sendo estes frequentemente reduzidos à símbolos de superação. O capacitismo, assim como o racismo, é um preconceito estrutural e afeta o exercício da cidadania de pessoas com deficiência. A ideia discriminatória de “pessoas especiais” ainda permeia em sociedade, e, por sinal, é uma das responsáveis pela rotulação da pessoa com deficiência como “anjo” ou “super-herói”. Nesse sentido, a proposta é apresentar boas práticas para tratar e retratar pessoas com deficiências em matérias jornalísticas, respeitando suas diversidades e subjetividades, e, sobretudo, pensar sobre como a sociedade, de modo geral, pode construir um futuro anticapacitista.

#### **Oficina 2 – Acessibilidade no telejornalismo**

*Kamyla Faria Maia*

A oficina tem o objetivo de trabalhar a acessibilidade para a comunidade surda em conteúdos jornalísticos televisivos, por meio da tradução e interpretação para Língua Brasileira de Sinais-Libras. Para tanto, haverá uma abordagem conceitual sobre telejornalismo, comunicação pública e Libras. Também serão oferecidas noções de apresentação no telejornalismo e os mecanismos para tornar o conteúdo jornalístico mais acessível e adequado para a interpretação. Também haverá espaço para construção de textos e prática em frente às câmeras, aliada à interpretação.

#### **Oficina 3 – Tecnologias e tecnicidades: prática de pesquisa em Comunicação e Estudos Culturais**

*Ana Julia de Freitas Carrijo*

A oficina tem como tema a prática de pesquisa sobre tecnologias de comunicação, em interface com os Estudos Culturais, especialmente latino-americanos. O objetivo é explorar os usos da mediação “tecnicidades” de Martín-Barbero em diferentes pesquisas que estudam tecnologias de comunicação contemporâneas. Especificamente, discutiremos como as tecnicidades podem ser utilizadas como operadores teórico-

metodológicos para analisar transformações no entorno sociotécnico ao longo do tempo. Para tanto, faremos uma reflexão sobre a perspectiva dos Estudos Culturais latino-americanos no campo da Comunicação, enfatizando a abordagem das relações entre tecnologias e sujeitos de modo contextual. Além disso, utilizaremos os recursos teórico-metodológicos dos Mapas das Mediações de Martín-Barbero como protocolos para operacionalizar a pesquisa na área. Realizaremos, ainda, atividades práticas de articulação da teoria com objetos de pesquisa como plataformas e algoritmos de recomendação, bem como outros recortes relacionados aos interesses dos participantes.

#### **Oficina 4 – Da ideia ao feed – Criando vídeos para as redes sociais**

*Ludielma Laurentino e Souza e Maria Eduarda Limongi*

A oficina irá apresentar teorias do roteiro, da linguagem audiovisual e das estratégias de marketing, e aplicá-las na prática da produção e divulgação de vídeos curtos. No primeiro dia, serão duas horas com apresentação da teoria (conceitos de roteiro, enquadramento, iluminação, dentre outros) e discussão das ideias para a produção de vídeos (brainstorm). A turma será dividida em grupos, cada grupo deverá trazer material em foto e/ou vídeo para o dia seguinte ser finalizado. No segundo dia, iremos analisar o material e avaliar as melhores escolhas para a finalização deste material. Se necessário, serão produzidos off e elementos para contribuir na finalização. Conceitos básicos de edição serão ensinados e cada grupo irá editar seu vídeo. Também serão discutidas algumas estratégias de marketing para postagens destes produtos nas redes sociais e apresentadas as melhores formas de lançar esse produto audiovisual nas redes.

#### **Oficina 5 – Criação de podcast**

*Thais Rodrigues Oliveira*

Com o avanço da tecnologia, novas formas de produção de materiais sonoros e visuais vem surgindo a todo momento. A oficina de Podcast busca habilitar o participante para a prática de criação de podcasts, um tipo de material sonoro que é distribuído na internet. Abordaremos o processo de produção de um podcast: da ideia colocada no papel até a distribuição nos agregadores, via podcasting. Serão executados exercícios de criação sonora e edição. Com isso, o objetivo principal da oficina é capacitar o participante para produção independente de podcasts, fazendo com que ele também ao longo da oficina aprenda a usar equipamentos gratuitos de captação e edição de som. Além de contribuir para o processo de democratização no uso e distribuição do som em podcasting, e assim produzindo materiais sonoros de maior qualidade. Ao longo da oficina iremos explicar o que é um podcast e suas características, pontuando também as vantagens desse formato. Depois de passar por tais questões é que serão apresentadas

as etapas de produção de um podcast, que são: pré-produção (ideia, público-alvo, duração e estrutura), produção (gravação), pós-produção (edição do material) e por fim a distribuição.

### **Oficina 6 – Mobgrafia: a fotografia com dispositivos móveis**

*Karine do Prado Ferreira Gomes*

Em uma cultura da convergência, o celular surge como o principal artefato cultural contemporâneo, capaz de proporcionar experiências estéticas múltiplas e inovadoras. É nesse cenário hipercomplexo que devemos pensar a fotografia com novas nuances e perspectivas. Nessa oficina veremos o que é a mobgrafia, como surgiu o termo e quais são suas características únicas. Apresentação do Mobile Photo Festival e de fotógrafos mobgrafistas, Como parte prática, também faremos exposição dos fundamentos e parâmetros da fotografia básica, tais como: iluminação, enquadramento e composição. Temos como o objetivo principal a sensibilização e desenvolvimento do olhar fotográfico, por meio da apresentação de repertório fotográfico e atividades práticas. Os participantes terão contato com a estética da fotografia e possibilidades criativas com dispositivos móveis. Por fim, os participantes terão a oportunidade de reconhecer por meio de teoria e prática elementos técnicos da linguagem fotográfica e como aplicá-los usando seus smartphones.

### **Oficina 7 – A Linguagem Publicitária d'Os Beatles como Transcrição e criação de repertório Publicitário**

*Ludmila Martins Naves Capuzzo*

O que temos de ciência entre linguagem publicitária de uma banda de *rock and roll* e o método de transcrição? Transcrição é um método de análise e tradução crítica de significados culturais, surge na Índia e é trazido para o Brasil por Haroldo de Campos na década de 1950 junto ao movimento concretista brasileiro, que buscava explorar novas possibilidades de linguagem na poesia, incluindo a combinação de diferentes mídias e a reinterpretação de textos pré-existentes. A transcrição, como proposta por Haroldo de Campos, envolve a tradução criativa e a recriação de obras literárias, muitas vezes reinterpretando-as de forma inovadora e experimental. Da Literatura à Publicidade por uma lente *rock and roll*, a banda The Beatles. Nesta oficina, a proposta é trabalhar a ideia de transcrição desde sua origem à sua aplicação na linguagem publicitária e a partir dos Beatles como exemplos, entender princípios de tradução cultural e criação de repertório em uma discussão e aprendizado sobre a forma transcritiva na linguagem publicitária."

## **Oficina 8 – Fotografia, Bordado e Cerrado: possibilidades de comunicação**

*Ana Rita Vidica, Júlia Mariano e Pollyana Melo*

Esta oficina é uma proposta de três pesquisadoras de diferentes instituições, UFG, UEG e IFG, que tem como objetivo criar elos comunicacionais entre a fotografia, o bordado e o cerrado, percebendo as possibilidades de vínculos entre eles. Parte-se de um aporte teórico sobre o entrelaçamento entre fotografia e bordado, por meio da apresentação de obras artísticas que trazem esta mistura. Em seguida, fotografias em preto-e-branco do cerrado, de autoria das proponentes, serão apresentadas aos participantes para que, por meio do aprendizado de pontos de bordado produzam suas próprias obras, cruzando as linhas do cerrado com as linhas bordadas. O cerrado aparecerá como imagem nas fotografias e também nas linhas que serão usadas para o bordado, uma vez que estas serão tingidas com pigmentos presentes neste bioma. Como resultado, haverá a produção de fotografias bordadas, criando diferentes formas de comunicação entre fotografia, bordado e cerrado, pelos participantes da oficina. Não é necessário conhecimentos de bordado. Os materiais para a atividade prática da fotografia bordada serão oferecidos pelas proponentes.

## **Oficina 9 – Política de Comunicação Integrada: uma proposta de eixos temáticos estratégicos**

*Daiana Stasiak e Lutiana Casaroli*

A oficina tem como objetivo apresentar os eixos temáticos estratégicos que podem servir como base para elaboração de Políticas de Comunicação em Universidades e Institutos Federais de Ensino Superior do Brasil. O crescimento do ensino superior público tem exigido maior complexidade e profissionalismo na gestão das instituições de ensino superior. Esse contexto demanda compreender e estruturar a área da comunicação como elemento estratégico para o seu desenvolvimento. Neste sentido, nota-se o aumento do interesse das Universidades e Institutos Federais de Ensino Superior (IFs) brasileiros em desenvolverem suas políticas de comunicação, uma resposta aos anseios e mudanças ocasionadas pela competência das instituições em atualizar suas práticas de comunicação e a capacidade dos públicos que internalizaram os comportamentos midiáticos e, cada vez mais, agem a partir das possibilidades tecnológicas de comunicação. A partir deste cenário, tais instituições formalizam suas propostas num documento de Política de Comunicação no qual são definidos princípios, diretrizes e posturas que norteiam o planejamento, a execução e a avaliação de estratégias, ações, produtos e serviços de comunicação.

## **Oficina10 - Gestão Estratégicas de Redes Sociais**

*Lutiana Casaroli e Caio Lopes Rabelo*

O objetivo da oficina é capacitar os discentes para a gestão de redes sociais. Em um mundo onde as novas tecnologias de comunicação e informação predominam, o planejamento de redes sociais se tornou essencial para garantirmos relevância e uma comunicação assertiva com a sociedade. Nesse contexto, o universo midiático das redes sociais passou a constituir uma preocupação emergente para instituições que desejam construir uma boa imagem de marca e uma identidade compreensível pelo grande público. Nessa oficina serão trabalhados temas como: estratégias de posicionamento nas redes, ferramentas de gestão, as diferentes linguagens: imagem fixa, imagem em movimento, textos e sons, estudo das métricas, estratégias de persuasão, a importância das hashtags e a mobilização de públicos de interesse para o posicionamento de marca.

## **Oficina 11 – Marketing Analytics**

*Thâmara Vilela*

Definição e Aplicações de Marketing Analytics; Ciência de Dados e IA no cotidiano; Planejamento de Monitoramento de Mídias Sociais, incluindo coleta, análise e apresentação de dados; Métricas de Marketing; LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) na Comunicação Social; Futuro do Trabalho e Revolução 4.0; Desafios e Tendências em Marketing Analytics. O objetivo geral é apresentar conceitos e aplicações de Marketing Analytics, capacitando os alunos para compreender o ambiente de marketing, desenvolver estratégias, monitorar métricas, analisar dados e gerar insights de negócios. Já os objetivos específicos são: entender conceito de Marketing Analytics; desenvolver Planejamento de Monitoramento em Mídias Sociais; abordar técnicas de Social Listening, da extração de dados aos insights; apresentar Estudos de Casos e Relatórios de Dados.

## **Oficina 12 – Ferramentas para Comunicação Compartilhada**

*Nilton José dos Reis Rocha*

Os Laboratórios Integrados em Jornalismo Compartilhado e Coletivo Magnífica Mundi, da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, apresentam esta proposta com o objetivo de articular vivências e troca de saberes no que se define enquanto comunicação popular compartilhada. Propõe-se uma oficina guarda-chuva, subdividida em oficinas simultâneas que dialogam entre si. Para que isto se constitua, os espaços Magnífica Mundi são determinantes pois permitirão a visualização do processo e a articulação da compreensão das possibilidades deste tipo de comunicação. As oficinas propostas são: Texto criativo; Fotografia e fotojornalismo;

Rádio comunitária e web rádio; Web TV; Diagramação e artes gráficas; Ilustração e charge; Animação quadro a quadro; Redes Sociais. O Prof. Nilton, proponente, coordenará as atividades contando com docentes convidados e participantes da Magnífica Mundi especialistas nas áreas. Para a realização das oficinas, a Magnífica Mundi coloca seus espaços físicos na Faculdade de Informação e Comunicação da UFG como os locais para realização de tais atividades, bem como alguns de seus equipamentos. Se usarão câmeras fotográficas, filmadoras e computadores.

### **Oficina 13 – Jornalismo para além do óbvio: quando a notícia não é só o problema, mas também a solução**

*Laila Carolline Silva de Melo*

O pensamento do jornalista tem sido moldado para discernir o que é ou não uma notícia (Hall et al., 2016). As histórias mais vendáveis e os relatos de ""deu errado"" ganham destaque. Em paralelo, é crucial considerar uma nova dinâmica comunicacional na qual as telas desempenham um papel central (GÓMES, 2014), acelerando a disseminação das notícias. Como resultado, somos inundados por uma sensação de saciedade em relação às informações consumidas. E se o jornalismo fosse reinventado, com pautas que abordassem as soluções dos problemas? Esta é a proposta desta oficina. O objetivo é inspirar uma nova abordagem jornalística que não se restrinja ao negativismo, mas também exponha mudanças eficazes na realidade. Proponho que a oficina seja dividida em três partes: (1) uma exposição teórica sobre o jornalismo convencional e a proposta de uma abordagem renovada; (2) apresentação do Sistema Sagres de Comunicação, que anteriormente se concentrava em notícias ""hard"" e passou por uma profunda reestruturação editorial ao adotar o jornalismo de soluções, alinhado com a Agenda 2030 da ONU; (3) uma atividade prática para incentivar essa nova forma de pensar.

### **Oficina 14 – Vídeo participativo: conceito e prática audiovisual dialógica**

*Érica Gonçalves Soares*

Esta oficina tem por objetivo pensar a prática audiovisual enquanto processo educacional a partir do Vídeo Participativo. Embora não possua um conceito fechado, entre suas várias possibilidades, o vídeo participativo é reconhecido como uma prática que dá ênfase ao processo participativo de produção audiovisual (HIGH, 2012; SÁNCHEZ, DOMÍNGUEZ, 2020), se configurando como espaço de diálogo, ação e reflexão com finalidades múltiplas de transformação pessoal e social por aqueles que outrora eram tidos apenas como objetos de filmagens (WHITE, 2003). Para além de um produto final, interessa a produção de sentidos a partir dos elementos que compõem o audiovisual, como planejamento, produção, edição, emissão e difusão (ESPINOSA, 2012). A oficina estará dividida então nas seguintes etapas: 1) breve revisão do conceito

a partir de seus principais autores e autoras; 2) exemplos práticos do uso do vídeo participativo; 3) etapas constitutivas da produção audiovisual; 4) como aproveitar melhor a câmera do celular para filmar; e 5) produzir um mini vídeo participativo. Vagas: 15 pessoas, que devem ter celular para filmar. Duração: 3h30. A sala onde ocorrerá necessita de projetor ou computador ou TV para exibição de vídeo.

Palavras-chave: vídeo participativo, educomunicação, audiovisual"

### **Workshop 1 – Construção de personagem para narrativas de entretenimento**

*Murilo Gabriel Berardo Bueno*

O workshop proposto tem como objetivo abordar a construção do perfil psicológico de personagens em diferentes formatos e estilos de narrativas de entretenimento, como jogos de videogame, quadrinhos e produções audiovisuais. A relevância deste tema dentro de um congresso de comunicação reside no fato de que personagens bem desenvolvidos desempenham um papel crucial na criação de narrativas coesas, com estruturas bem definidas, conflitos e outros elementos. A abordagem prática deste tema permitirá que os participantes do congresso adquiram técnicas e estratégias para criar personagens com profundidade psicológica e personas bem elaboradas. Entende-se, portanto, que tais personagens, quando construídos com precisão, têm o poder de despertar emoções nos espectadores, leitores, jogadores e ouvintes, intensificando a experiência de entretenimento. O Workshop aos participantes compreender como criar personagens que representem efetivamente as características do universo ficcional no qual estão inseridos. Ademais, a elaboração a partir de uma visão crítica acerca dos estereótipos proporciona uma oportunidade para explorar a diversidade. Por fim, o workshop também oferecerá aos participantes a chance de aprimorar suas habilidades de escrita, roteirização e desenvolvimento de narrativas, capacitando-os como profissionais qualificados na área de comunicação.

### **Workshop 2 – Produção e Mercado para Filmes Patrimoniais**

*Pedro Augusto Diniz Silva*

As técnicas e conceitos teóricos de produções audiovisuais de caráter etnográfico e documentário para salvaguarda e difusão de bens culturais e, sobre as perspectivas para captação de recursos via leis de incentivo para realização de filmes patrimoniais.

Conteúdo Programático: Ato 1º: Conceitos e características dos bens de valor cultural de natureza material, imaterial e natural. Metodologias de pesquisas e criação de roteiros. Recurso didático: Exibição de vídeos educativos de curta duração de autoria do proponente. Ato 2º - Aspectos técnicos de produções audiovisuais empreendidas por pequenas equipes, desde a captação de imagens e sons até os princípios da edição e finalização. Recurso didático: Dinâmica dialogada para perguntas e respostas. Ato 3º -

Apresentação das leis de incentivo e editais públicos vigentes, modelos de documentos necessários para realização de produtos audiovisuais. Recurso Didático: Disponibilização de modelos de contratos de prestação e termos de uso e imagem e afins. Ato 4º - Temas relacionados à trajetória histórica, a legislação e as etapas do reconhecimento oficial do suporte audiovisual enquanto fonte histórica.

### **Workshop 3 – A gente gosta é de sangue: a "gourmetização" do *true crime* e dos *serial killers* na perspectiva da comunicação e entretenimento no Brasil**

*Renan da Silva Dalago*

O minicurso aborda a recente mudança no consumo de conteúdos jornalísticos sensacionalistas, especialmente no gênero *true crime*. Há uma transição da audiência de jornais sensacionalistas para formas de mídia como séries, *podcasts*, filmes e livros que exploram crimes reais. A análise questiona os limites entre entretenimento e conhecimento, examinando o fascínio por mentes perigosas e as implicações da "gourmetização" midiática do *true crime*. O foco da discussão está em casos emblemáticos de *serial killers* brasileiros, como Francisco das Chagas e Marcelo Costa de Andrade, e casos como Suzane Richthofen, Maníaco do Parque e o Caso Lucas Terra, incluindo os filmes correspondentes na Amazon Prime Video. Explorando as intersecções entre sensacionalismo midiático, psicanálise e comunicação social, o curso convida à reflexão sobre a "gourmetização" e "romantização" do *true crime* pela mídia, comunicação e entretenimento, propondo uma análise das implicações dessas representações na comunicação social contemporânea, com destaque para os desafios éticos na disseminação desses conteúdos.

### **Workshop 4 – Comunicando riscos em trilhas na natureza**

*Mônica Igreja do Prado*

Atividades de caminhada em trilhas e em trilhas de longo curso se revelam como valor para a conservação e a preservação de recursos naturais. As trilhas são capazes de gerar renda e desenvolvimento local. No Distrito Federal e em Goiás, há trilhas que movimentam recursos humanos e financeiros como os caminhos do Planalto Central, de Cora Coralina, e dos Veadeiros, os quais integram o Caminho dos Goyazes. A comunicação do grau de risco das trilhas necessita de aporte e inovação em sua iconografia e representação interpretativa. Em seu Manual de Sinalização de Trilhas, o ICMBio sugere que o sistema seja mais simples, que faça sentido regionalmente e que seja de rápida interpretação pelo visitante. O ICMBio considera que a proposta para a comunicação da classificação baseada na norma ABNT (NBR 15505-2:2019) é complexa e de difícil interpretação. A proposta do Workshop é realizar uma escuta ativa para elencar sugestões para uma iconografia que comunique, rapidamente ao caminhante, o



grau de dificuldade das trilhas, tomando por base a norma técnica e alguns modelos utilizados no país.

### **Workshop 5 – Publicidade fora do armário: como criar campanhas que respeitem a diversidade e a inclusão?**

*Lucas Lima Jansen*

Em um contexto social que exige cada vez mais representatividade e inclusão da comunidade LGBTI+, a criação de campanhas publicitárias que contemplem a diversidade de identidades de gênero e sexualidades se apresenta como um desafio para os profissionais da área. Diante desse cenário, o workshop “Publicidade fora do armário: como criar campanhas que respeitem a diversidade e a inclusão?” visa explorar os fundamentos da *outvertising* (Mozdzenski, 2019), com o objetivo de capacitar os participantes na criação de campanhas publicitárias que abracem a diversidade. Para cumprir esse objetivo, será apresentado um briefing que traz uma situação-problema específica. Assim, os participantes serão estimulados a desenvolver estratégias e conceitos de campanha que atendam às demandas da marca em questão e promovam a inclusão e o respeito à diversidade.

### **Workshop 6 – Bacurau (2019): Produção, direção de arte e circulação**

*Amanda de Sousa Veloso*

Este minicurso tem como objetivo abordar aspectos da construção da Direção de Arte no filme Bacurau (2019), escrito e dirigido por Kleber Mendonça Filho e Juliano Dornelles. Para tanto, o primeiro momento da oficina se dedica a apresentar o que é direção de arte e como as imagens podem ser pensadas. No segundo momento, o filme será apresentado na perspectiva do Circuito da Cultura (Johnson, 2014), assim, serão abordados elementos referentes aos processos de produção e circulação de Bacurau, como a trajetória dos diretores, o contexto de produção e lançamento do filme e, então, a construção da direção de arte, assinada por Thales Junqueira, com foco na cenografia do filme.

### **Workshop 7 – O olhar interseccional nas pesquisas em comunicação**

*Ana Lucia Nunes de Sousa*

Patrícia Hill Collins e Sirma Bilge (2020) apresentam a interseccionalidade como uma ferramenta analítica, fundamentada numa prática crítica, na qual raça, gênero, sexualidade, capacidade física, status de cidadania, etnia, nacionalidade, e faixa etária, são construtos mútuos que moldam os fenômenos e problemas sociais. O objetivo deste workshop é discutir as possibilidades e desafios da abordagem interseccional nas

pesquisas da área de comunicação. Para além de nomear a interseccionalidade como conceito ou localizá-la num ponto específico da cronologia, buscamos recuperar e visibilizar as contribuições de autoras do sul global e as potencialidades desta ferramenta analítica. O workshop apresentará experiências práticas e lições da pesquisa em comunicação com olhar interseccional, além de oportunizar que as próprias pessoas participantes apresentem suas propostas de pesquisa.