



# PORTFÓLIO

Publicidade e  
Propaganda

## ATIVIDADES DE ENSINO

- Metodologia ativa 1

Dentre as Metodologias Ativas e estratégias de ensino utilizadas na Universidade destacam-se: Metodologia da Problematização; Aprendizagem Baseada em Problemas; Estudo de Caso; Pesquisa; Pesquisa-Ação; Projeto de Intervenção; Seminário; Saída de Campo.

Parte importante da estratégia metodológica é a adoção da concepção de aprendizagem híbrida.

A aprendizagem híbrida, ou *blended learning*, associa metodologias de aprendizagem ativa ao uso de tecnologias e estratégias da educação a distância, alternando encontros presenciais e trabalho/estudo discente desenvolvido de forma autônoma. Um aspecto importante a se destacar é a utilização de metodologias e atividades que promovam o trabalho coletivo e colaborativo. A troca de ideias, experiências e conhecimentos qualificam o processo de ensino e ampliam o potencial de aprendizagem, além de possibilitar o desenvolvimento de importantes competências socioemocionais (trabalho em equipe, resolução de problemas, colaboração, comunicação interpessoal, mediação de conflitos, resiliência, liderança, entre outras).

Na UCB, consideramos componentes curriculares híbridos todos aqueles cuja carga horária total seja realizada em encontros semanais de 3h/a (ou 2h/a, no caso das UC de extensão). Isto implica dizer que, para além da carga horária desenvolvida em sala de aula com o docente, o estudante deve dedicar horas de estudo e desenvolver atividades orientadas pelo docente no Plano de Ensino (nos itens pré e pós aula), a fim de cumprir a carga horária total prevista para o componente curricular. Assim, cabe ao docente a orientação para o desenvolvimento das atividades de estudo autônomo, e ao estudante a sua realização. As atividades desenvolvidas pelos estudantes de forma autônoma, por sua vez, devem ser retomadas pelo docente nas aulas presenciais, de forma a demonstrar sua integração e importância para a aprendizagem dos estudantes na disciplina.

O acompanhamento e a validação da proposta para as horas de trabalho efetivo, bem como seu registro no Plano de Ensino e no diário de classe, serão realizados no âmbito da gestão acadêmica institucional, garantindo a comprovação da integralização da carga horária da unidade curricular.

Um grupo de unidades curriculares que compõe matriz curricular conta com um recurso desenvolvido especialmente para a realização do estudo autônomo: uma plataforma com conteúdos e atividades gamificadas, e um *chatbot* que utiliza inteligência artificial para interagir com os estudantes neste ambiente. Neste sentido, o professor deve fomentar e acompanhar o engajamento discente na plataforma, além de integrar estes conteúdos e as atividades realizadas ao trabalho em sala de aula. Importante considerar que estes conteúdos e atividades são complementares ao trabalho docente, e não esgotam os objetivos de aprendizagem previstos para o componente curricular.

Para as demais unidades curriculares o docente deve, no processo de planejamento do componente curricular, o realizar a curadoria de materiais e objetos de aprendizagens disponíveis que sejam significativos para a aprendizagem discente (artigos, textos diversos, *podcasts*, vídeos, dentre outros recursos), e disponibilizá-los no ambiente virtual de aprendizagem.

A aprendizagem e o desenvolvimento dos estudantes são o foco do trabalho docente. O professor deve ter atenção especial no planejamento e na realização das práticas pedagógicas previstas a fim de que estas possam promover a aprendizagem ativa e ajudar os estudantes a desenvolver estratégias de estudo autônomo. As tecnologias educativas, o protagonismo estudantil, a aprendizagem “mão na massa”, a autoria, o engajamento, a colaboração, a criticidade e a autonomia são elementos chave do processo.

Essa iniciativa traz inúmeras vantagens. Dentre elas, possibilita:

- 1) o melhor aproveitamento do tempo em sala de aula;
- 2) a proposição de atividades práticas e reflexivas que conduzem à melhoria na formação dos estudantes, favorecendo a aplicação de metodologias ativas;
- 3) a construção de um portfólio de atividades realizadas no semestre e organizadas no Ambiente Virtual de Aprendizagem, propiciando a ampliação do uso das TIC.

O fundamental dessa proposta é a percepção de que se trata de uma metodologia que valoriza a autonomia e a proatividade do estudante, em sua relação com o conhecimento, com a mediação do professor que orienta e acompanha as atividades.

- *Atividade Interdisciplinar 1*

A construção da interdisciplinaridade se torna mais visível em componentes curriculares como Texto e Práticas Digitais; Fotojornalismo e Linguagem Audiovisual desenvolvidas para a cooperação entre os diversos cursos de Comunicação Social da Universidade Católica de Brasília.

Além desses componentes curriculares específicos, aquelas que formam o Núcleo de Formação Geral, oferecidas pela UCB a todos os cursos, já carregam a ideia de percepção da realidade complexa de forma mais completa pelo estudante, como os componentes curriculares de Introdução à Educação Superior; Iniciação à Pesquisa Científica; Humanidade, Sociedade e Ética; Empreendedorismo.

A troca de saberes se apresenta como um elemento principal de construção de conhecimentos capazes de transformar a sociedade em uma realidade mais justa e menos desigual. Esses referenciais metodológicos apresentados por elas contribuirão para que os estudantes dos cursos tenham fundamentos para analisar a realidade social dentro de uma visão mais profunda dos problemas sociais apresentados tanto no âmbito local como regional.

Ao frequentarem esses componentes curriculares e ao vivenciarem suas discussões, os estudantes começam a construir sua percepção da missão da Universidade Católica de Brasília, o que deve acompanhá-los por toda a sua vida profissional.

Deve-se destacar, também, a perspectiva inclusiva de educação da Instituição e do curso. Ao receber estudantes com deficiência, o curso repensa as suas estruturas, abre-se para o mundo e implementa uma nova perspectiva de ensino, de aprendizagem e de Comunicação.

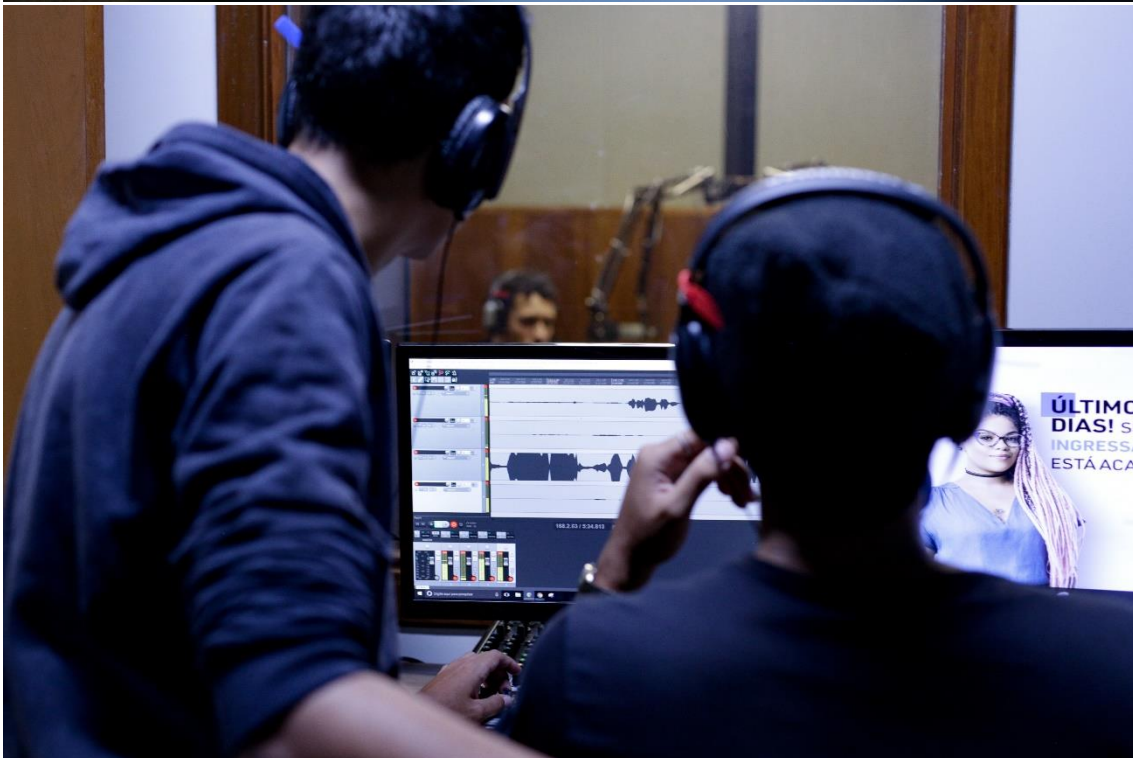
Em 2022, optamos por maior comunalidade entre as componentes curriculares valorizando trilhas de formação e a dupla certificação (1) ou mesmo segunda graduação dos estudantes (2), com também a adoção de carga horária mínima para a matriz (3), extensão curricularizada de 10% da carga horária (4), o que proporcionou maior integração entre os cursos.

- Abordagem prática 1

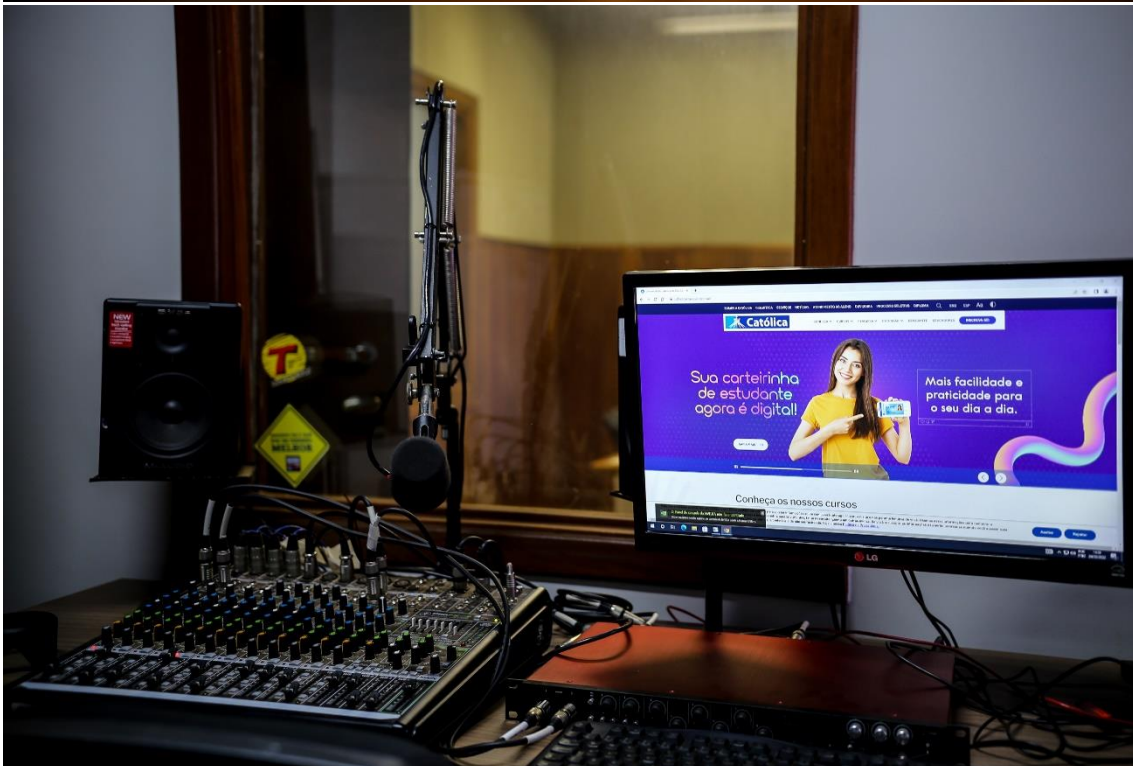
### Laboratório de Rádio

O Laboratório de Rádio é composto por estúdio de gravação, estúdio/laboratório para o desenvolvimento dos componentes curriculares e estúdio com estação de web rádio. Conta com área de produção e tecnologia digital de última geração, proporcionando as condições para o ensino-aprendizagem das técnicas de linguagem do rádio. No local é dada orientação específica aos estudantes em componente curricular Radiojornalismo. O laboratório também contribui com outros cursos da UCB, inclusive integra programas da extensão.

Compõe-se de uma cabine de locução, com tratamento acústico e térmico, uma sala de controle e operações e sala multimídia para uso dos docentes e estudantes. O conjunto do Laboratório de Rádio ocupa área de 45m<sup>2</sup>, onde é produzido o Jornal Universitário - elaborado pelos estudantes de Radiojornalismo. A programação é voltada para a comunidade acadêmica, com cobertura jornalística de política, economia e cultura. Os estudantes de Publicidade e Propaganda produzem jingles e spots, alguns deles premiados em concursos locais e nacionais.









### Laboratório de Produção Gráfica

Atualmente, o curso disponibiliza dois laboratórios para Produção Gráfica e audiovisual. Salas K-136 e K-261. Nelas, sob a orientação e professores, os estudantes desenvolvem um processo de ensino-aprendizagem na área das artes gráficas, o que inclui tanto questões conceituais (teorias da forma, da cor e da composição), quanto técnicas (arte digital) e artísticas (artes plásticas). O projeto envolve a participação de vários estudantes quer como estagiários formais, quer como voluntários, que, dessa forma, podem desenvolver suas habilidades por meio de um aprendizado que vai muito além da sala de aula.









### **Núcleo de Fotografia**

O Núcleo de Fotografia do curso de Comunicação foi implantado em 2006, com o intuito de atender às demandas de componentes curriculares como Fotografia Publicitária, bem como dos componentes curriculares dos Trabalhos de Conclusão de Curso, presentes no currículo vigente. Enquanto laboratório acadêmico, por meio das atividades coordenadas pelos professores, possibilita o exercício da prática sempre estimulando a capacidade de refletir sobre o fazer responsável e ético, além de propiciar ao estudante condições para posicionar-se criticamente sobre os resultados das atividades devolvidas por cada estudante e pela coletividade.

Atualmente, o estúdio fotográfico ocupa uma área de aproximadamente 80m<sup>2</sup>, em duas salas conjugadas. Na sala K 257 há um almoxarifado no qual são armazenados todos os equipamentos, a documentação, e o material de escritório, e também uma secretaria para o agendamento de empréstimos de equipamentos e atendimento à comunidade. A sala K 258 funciona como estúdio propriamente dito, sendo reservada a estudantes e professores para aulas práticas e expositivas de fotografia, de produção, de manipulação e tratamento de imagens.

A infraestrutura operacional conta com equipamentos especializados para iluminação artificial de fotografia, como também equipamentos fotográficos analógicos e digitais. São quatro computadores com softwares especializados para manipulação e edição fotográfica a disposição de estudantes e professores e outro computador que atende às necessidades da secretaria.

Atende ainda demandas por trabalhos de cobertura fotográfica requisitados pela Universidade em atividades desenvolvidas pela DICOM e aos demais cursos. Quando não há possibilidade ou necessidade de cobrir as demandas internas, o estúdio cede equipamentos para que o registro dos eventos, seminários, congressos, palestras, feiras, sejam feitas pelos próprios cursos organizadores.











### Laboratório Digital

No segundo semestre de 2011, foi inaugurado o Laboratório Digital, projetado para atender pedagógica e laboratorialmente componentes curriculares e projetos com características multi e transmídia. O laboratório possui 31 computadores, seis dos quais iMacs de 28,7 polegadas, completamente equipados para design e diagramação de jornais e revistas, edição de imagens e vídeos; e dois PCs configurados especialmente para edição audiovisual. O laboratório é equipado ainda com dois laptops Dell e dois Macbook Pros para realização de coberturas on-line ou externas, como, por exemplo, viagens de repórteres a serviço dos veículos; e ainda duas câmeras fotográficas Canon T3i com objetivas 70-200mm, também para os trabalhos de cobertura fotográfica e audiovisual, já que o equipamento capta em Full HD.

Pensado para atender à demanda multi e transmídia e também aos anseios do curso por um espaço de discussão coletiva, a configuração espacial do laboratório, projetada com a participação dos professores do curso de Arquitetura da UCB, é diferenciada. No centro do laboratório há uma grande mesa de reunião de pauta em torno da qual repórteres, fotógrafos e designers se reúnem para discutir pautas, fechamento e outros temas importantes. É o espaço que permite ao estudante iniciar a integração e familiarização com ambientes próximos aos de redações jornalísticas e ao mercado de trabalho em geral.

O Laboratório Digital contribui com o eixo de formação profissional e o eixo de práticas laboratoriais das diretrizes curriculares nacionais, familiarizando os estudantes com processos de gestão, produção, métodos e técnicas de apuração, redação e edição jornalística nas diferentes plataformas e formatos, alinhados com as inovações tecnológicas.

Além disso, o espaço físico e a infraestrutura tecnológica do laboratório permitem o exercício de práticas laboratoriais que visem adquirir conhecimentos e desenvolver habilidades específicas da profissão, integrando os conhecimentos ao longo do curso, com a efetiva publicação das produções realizadas nos diferentes componentes curriculares.

### Pulsátil

Inaugurado em primeira etapa em setembro de 2012, o Portal-Laboratório de Convergência Digital do Curso de Comunicação Social da UCB, Pulsátil ([www.pulsatil.com.br](http://www.pulsatil.com.br)) é o espaço aglutinador das produções realizadas por estudantes no curso e, ao mesmo tempo, *locus* de experimentação de novas narrativas e conteúdos digitais. Foi criado com o objetivo de dar visibilidade às produções do curso, integrar a comunicação e inserir a UCB no ambiente digital da comunicação.

O portal foi desenvolvido por meio de parceria com empresa com expertise no mercado digital, prevendo transferência de tecnologia e capacitação estudantil. Assim, ao longo de 15 meses, as etapas de planejamento, arquitetura, design, desenvolvimento e implantação do portal também serviram para fornecer aos estudantes de Comunicação ferramentas e conhecimentos que se transformam em diferenciais no mercado de trabalho. A metodologia, portanto, foi original para o desenvolvimento do produto.

O portal prevê conteúdos jornalísticos, publicitários e acadêmicos; textuais, audiovisuais, fotográficos; além de serviços à comunidade acadêmica e à comunidade extramuros da Universidade. Qualquer estudante ou professor pode se candidatar a contribuir com o Pulsátil, mas todos os textos jornalísticos devem passar pela supervisão da coordenadora do laboratório para avaliação e edição. Já os trabalhos resultantes dos componentes curriculares são de inteira responsabilidade dos seus respectivos professores.

Durante o processo de desenvolvimento, o portal contou com a participação de 41 estudantes e diversos professores do curso, sob a coordenação de um professor. Suscitou ainda o desenvolvimento de um projeto de pesquisa fomentado pelo CNPq/Capes e pela UCB. O projeto tem a participação de professores do curso de Comunicação e de docentes de outras universidades - Feevale, UnB e Ufop - e ainda de estudantes.







### **Matriz Comunicação - Agência Júnior do curso de Comunicação Social**

Embora vinculada ao curso de Comunicação -Publicidade e Propaganda, a agência Junior Matriz também se configura como um espaço laboratorial.

Fundada em 8 de junho de 1999, a Matriz Comunicação é uma associação civil sem fins lucrativos, organizada e gerida por estudantes de graduação, que presta serviços e



desenvolve projetos para empresas, entidades e sociedade em geral, nas suas áreas de atuação, sob a supervisão de educadores e de profissionais especializados.

Como toda empresa júnior, a Matriz Comunicação tem por finalidade incluir os estudantes no mercado de trabalho antes da conclusão do curso, possibilitando a eles uma maior interação com as atividades desenvolvidas pelos profissionais da área e também uma maior capacitação para exercer a profissão, juntando sempre teoria e prática.

Agência Júnior da Universidade Católica de Brasília, a Matriz atende semestralmente cerca de 30 estudantes do curso de Comunicação Social-Publicidade e Propaganda e do curso de Jornalismo. Ela representa uma grande oportunidade para os estudantes do curso, pois propicia vivência direta com as práticas e exigências do mercado de trabalho. O embasamento teórico-metodológico está presente na produção de cada peça ou campanha, em seu planejamento e realização, nas pesquisas, discussões, e avaliações permanentes, envolvendo os estudantes, os educadores e os clientes, além de profissionais da área. Tal oportunidade de os estudantes trabalharem com casos reais, respondendo a demandas concretas e sendo avaliados pela produção de campanhas e peças publicitárias, dentre outros trabalhos.

A atuação da Matriz não se restringe apenas à produção e experimentação de estudantes, mas também é um importante instrumento de captação de novos estudantes, conforme nossa experiência já demonstra.

Para o estudante essa experimentação enriquece o currículo e também propicia a formação de multiplicadores, impactando diretamente nos componentes curriculares e na troca de experiência com os colegas em sala de aula.

A Matriz Comunicação atua, no âmbito do Curso de Comunicação Social-Publicidade e Propaganda e do curso de Jornalismo, da Universidade Católica de Brasília e do mercado do Distrito Federal, na:

- Alavancagem de novos negócios junto à sociedade do Distrito Federal, gerando inserção social e comunitária para a Universidade.
- Colocação dos estudantes da UCB no mercado de trabalho em um prazo máximo de dois anos.
- Desenvolvimento de projetos de pesquisa técnico-científica na área de Publicidade e Propaganda, por meio da realização de serviços comunitários e/ou sociais, com a participação de estudantes, de educadores e da comunidade.

A Matriz Comunicação vem oferecendo produtos diferenciados para atenderem às demandas internas e externas - clientes externos à UCB:

- Campanhas e peças publicitárias.
- Assessoria e planejamento de comunicação e de marketing.
- Estudos e pesquisas de mercado.
- Divulgação e promoção de eventos.
- Editoração e diagramação (livros, revistas, jornais, cadernos de comunicação, websites).

- Vídeos e filmes publicitários e institucionais.





### Laboratórios de Informática

Os Laboratórios de Informática estão situados nos Blocos K, M, L e Central. Esses espaços são ocupados por educadores e estudantes, assistidos por monitores do Centro de Informática - CEINF, na realização das seguintes atividades:

- Componentes curriculares que têm 100% de atividades laboratoriais.
- Componentes curriculares que têm parte de suas atividades desenvolvidas nesses laboratórios.
- Suporte de informática - disponibilização do espaço, equipamentos e recursos tecnológicos para os estudantes elaborarem trabalhos referentes aos componentes curriculares cursados e a projetos acadêmicos.

- Monitoria(s)



O curso tem monitoria neste ano de 2023.

Em 2022, teve 15 monitores em 4 disciplinas.

iplinas.

**Prêmios já conquistados**



Troféu - Intercom 2013 Fotografia e Ensaio - BA



Troféu - Intercom 2016



Troféu - Intercom 2017



Troféu - Intercom 2018 - 1º Lugar - Comunicação e Cidadania Cinema e Vídeo





Troféu - Intercom 2019



Troféu - MPDFT Menção Honrosa - 1º Concurso de Campanha Publicitaria para Ação de Prevenção às Drogas 2013



Troféu - Projeto Rondon 2013



Troféu - Reconhecimento do Projeto Rondon - Equipe de Cobertura 2013



Troféu - Reconhecimento do Projeto Rondon - Equipe de Cobertura 2014

## ATIVIDADES DE EXTENSÃO

O curso tem diversos projetos de extensão ativos. Atende público Interno ou externo.

- *Prêmio COMBRASCOM - Fórum Nacional de Comunicação e Justiça (FNCJ)*



Descrição: Os professores do curso e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) por meio do Grupo de pesquisa Prêmios, Indicadores e Estratégias em Comunicação são juri e banca da premiação. Para a realização dos trabalhos precisam de alunos de iniciação científica e bolsistas de pós-graduação. O projeto consiste em discussões, organização de processos, discussão de enquadramento metodológico, análise de conteúdo e triagem dos candidatos, matérias de revistas e de jornais para os dirigentes da CNBB fazerem a entrega do prêmio na Conferência anual na cidade de Aparecida, em São Paulo . Teve repercussão na Rádio do Vaticano citando o nome da UCB.

Para a CNBB, conta como assessoria, pois é mão-de-obra especializada na triagem e julgamento das candidaturas ao prêmio.

Para a UCB, e Universidade Católica de Brasília (UCB), arrematamos como Projeto de Extensão e ainda como atividade do Grupo de Pesquisa.

Os participantes foram egressos da graduação ajudaram no juri para o XV Prêmio Dom Helder Câmara - Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB).

Foram analisadas matérias candidatas de diversos jornais: Jornal Correio da Bahia, Jornal Diário do Nordeste, Jornal Diário de Canoas, Jornal Encontro Semanal, Jornal Estado de Minas, Jornal Metrô News, Jornal O Estado de S. Paulo, Jornal Santuário de Aparecida, Jornal Voz de Nazaré, Jornal Mitra da arquidiocese de Curitiba, Jornal O Lábaro, Jornal PUC Rio, Jornal Pastoral da Comunicação - Matriz de Campinas, Correio Braziliense, Revista Fundação Cultural Paranavaí (Mercado e Terceiro Setor).

Somos juri desde 2016, em todas as edições.

No âmbito do projeto "Prêmios em Relações Públicas e em Publicidade Propaganda: estudo exploratório sobre características operacionais, produção de sentidos e estratégias de certificação do trabalho, de profissionais e de empresas", coordenado pelo prof. Robson Borges Dias, alunos e professores do curso prestaram assessoria junto a duas importantes entidades da sociedade civil: a Confederação Nacional dos Bispos do Brasil - CNBB e o Fórum Nacional de Comunicação e Justiça - FNCJ. A dinâmica é semelhante para as duas entidades: as organizações convidam os professores e alunos da UCB para compor o juri de suas premiações. Assim, essa equipe avalia os trabalhos que cubram pautas na grande mídia com base no contexto religioso da CNBB. E a equipe também avalia cases de Comunicação Organizacional de Assessorias de Comunicação no contexto de todo o Poder Judiciário federal, estadual, distrital e municipal (Tribunais, entes do Ministério Público, Defensorias Públicas de todas as regiões do Brasil).

Para a FNCJ: o professor-pesquisador e seus alunos prestaram assessoria como juri do 17º Prêmio Nacional de Comunicação e Justiça, parte integrante do COMBRASCOM: Congresso Brasileiro dos Assessores de Comunicação da Justiça. Analisaram 45 cases de Comunicação Organizacional e ranquearam as melhores práticas de Assessoria de Comunicação no Poder Judiciário, inscritos na categoria Campanha Institucional de Interesse Público.

Para a CNBB: o professor-pesquisador e seus alunos foram juri do XV Prêmio Dom Helder Câmara, avaliando 42 matérias jornalísticas veiculadas em mídia impressa que versassem sobre o contexto religioso e institucional católico, da CNBB. Quando se fala em

grande mídia, entende-se repórteres e equipes de reportagem de diversos veículos, tais como: Jornal Correio da Bahia, Jornal Diário do Nordeste, Jornal Diário de Canoas, Jornal Encontro Semanal, Jornal Estado de Minas, Jornal Metrô News, Jornal O Estado de S. Paulo, Jornal Santuário de Aparecida, Jornal Voz de Nazaré, Jornal Mitra da arquidiocese de Curitiba, Jornal O Lábano, Jornal PUC Rio, Jornal Pastoral da Comunicação - Matriz de Campinas, Correio Braziliense, Revista Fundação Cultural Paranavaí (Mercado e Terceiro Setor).

Tais ações de assessoria na composição de juris de premiações (CNBB) e em Comunicação Organizacional (FNCJ) foram de natureza voluntária, não-remunerada e resultaram em uma ampla divulgação midiática.

Objetivo: analisar ações de Comunicação Organizacional e de Assessoria de Comunicação no Poder Judiciário: avaliação de campanhas, eventos, visitas guiadas, projetos diversos Tribunais, entes do Ministério Público federal e estadual, Defensorias Públicas estaduais.

Práticas de ASCOM inovadoras do Poder Judiciário brasileiro (diversos Tribunais, entes do Ministério Público federal e estadual, Defensorias Públicas estaduais)

<https://twitter.com/fncj>

<https://fncj.org.br/>

O FNCJ reúne profissionais de comunicação de todos os ramos da Justiça. Seu principal objetivo é ampliar o debate sobre a comunicação nesse segmento, a fim de aprimorar o relacionamento dos órgãos da Justiça com a sociedade.

- *Prêmio Dom Helder Câmara (CNBB)*

A certificação de novas narrativas, novos enquadramentos, novas pautas, coberturas especiais e inovações na composição das notícias como mensagens de um mercado noticioso circulantes no Espaço Público e no Espaço Midiático.

Novas formas de se cobrir a pauta social tema do prêmio e da campanha da fraternidade, no âmbito do objeto de pesquisa do projeto sobre responsabilidade social, do PPGCOM/UCB

Premiação das melhores reportagens acerca de categorias do Prêmio Dom Helder Câmara e da Campanha Anual da Fraternidade da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) com entrega anual de prêmio na Conferência anual na cidade de Aparecida (SP).

<https://www.cnbb.org.br/>

- *Cineclube*

A Universidade Católica de Brasília, por meio dos cursos de Comunicação, Psicologia e NFGH , realizarão a primeira sessão do Cineclube da morte 📺, evento de projeção nacional idealizado por Tom Almeida e Dra. Ana Cláudia Quintana Arantes, escritora e médica paliativista (ver informações mais detalhadas no Instagram). O evento faz parte da programação do festival InFINITO ( @infinito.etc). Estão todos/as convidadas/os a participar! mas é preciso fazer a inscrição (link na bio do Instagram - só clicar na publicação acima). Podem também divulgar entre familiares e amigos, pois é um evento aberto a comunidade externa.

- *Disciplinas extensionistas na matriz atual*

Na matriz 2023, algumas disciplinas específicas possuem caráter extensionista:

- Radiojornalismo, 120h extensionista - se dedica ao podcast
- Podcast e Mídia Sonora (idem) - se dedica ao podcast
- Cinema e Imaginário (idem) - se dedica ao cineclube

Essas disciplinas são obrigatórias e optativas para os estudantes de comunicação. E abraçaram projetos que já existiam nos cursos, mas que operavam apenas como voluntariado extraclasse (horas complementares). Agora, vale nota.

## ATIVIDADES DE PESQUISA

O curso está vinculado a algum ao Programa de Pós-graduação Inovação em Comunicação e Economia Criativa, da área 31, Comunicação e Informação, da Capes, tendo nota 4 já há dois ciclos quadriennais. O programa possui pesquisador Bolsista de Produtividade CNPq. Apesar de ser um curso da área CICC, Capes, por ser mestrado profissional e ter muita demanda para desenvolvimento de aplicativos, também conta com dois professores de TI, o que nos dá ótima interlocução com os cursos de tecnologia.

Possui mais de 1,3 milhão captado em pesquisa, o que irriga os cursos de graduação com Iniciação Científica, Projeto de Extensão, contato com mestrandos. A captação é feita na FAPDF, CNPq e também GDF (SETUR com emenda parlamentar e SECEC).

Revista Esferas (A4): revista em parceria com UnB, UCB, UFG, UFMS.  
<https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf>

Revista Comunicologia (B1): Editoração Científica de periódico qualis da área CICC/Capes em plataforma OJS/SEER de acesso gratuito . Comunicologia (UCB) é uma das 4 revistas especializadas em Comunicação do centro-oeste, junto com Panorama (PUCGO), Comunicação&Informação (UFG), Esferas (UnB, UCB, UFG, UFMS). É a única revista de mestrado profissional da região. Publica textos inéditos decorrentes de pesquisas relacionadas à temática da Comunicação, contemplando as especificidades do campo (processos de gestão comunicacional e da cultura mediática) e também suas interfaces com as demais áreas do conhecimento. <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/rceucb>

As principais pesquisas desenvolvidas pelo curso envolvem estudantes e corpo técnico, sendo relatadas abaixo.

**Alfabetização Transmídia - Alphamídia - Coordenador(a): ALEXANDRE SCHIRMER KIELING - Externo Pesquisa**

Vigência: 01/01/2022 a 01/01/2024

Situação: Ativo

Programa/Curso: Mestrado Inovação em Comunicação e Economia Criativa

Escola: {nme\_escola}

Agência: Fundação de Apoio a Pesquisa do Distrito Federal

Edital: FAPDF 04/2021 - Demanda Espontânea

Chamada Chamada Única

Resumo:

Essa perspectiva de alfabetização transmídia tem como objeto principal o que essas gerações fazem com os meios de comunicação atuais, especialmente dispositivos nos quais é possível atuar como prosumers (produtores e consumidores), e nos quais se processam dinâmicas de partilha e geração de conteúdo com variáveis importantes de complexidade. E assim, acreditamos ser relevante averiguar:

- (1) O que fazem, o que usam e como usam (n) a ambiência transmidiática?
- (2) Quais os níveis de sucesso nas estratégias de produção com vistas ao engajamento e envolvimento?
- (3) Qual a dimensão das experiências de imersão e de agência nessas ambiências transmídias?

Orçamento Aprovado:  
Material de Consumo R\$ 1.717.250,00  
**Valor Total R\$ 1.717.250,00**

**A midiática da gestão estratégica da comunicação: um estudo junto a profissionais de comunicação do Distrito Federal - MGEC - Coordenador(a): VICTOR MARCIO LAUS REIS GOMES - Externo Pesquisa**

Coordenador(a): VICTOR MARCIO LAUS REIS GOMES  
Vigência: 01/02/2022 a 30/12/2023  
Situação: Ativo  
Programa/Curso: Mestrado Inovação em Comunicação e Economia Criativa  
Escola: {nme\_escola}  
Agência: Fundação de Apoio a Pesquisa do Distrito Federal  
Edital: FAPDF 04/2021 - Demanda Espontânea  
Chamada Chamada Única

Resumo:

A midiática é um fenômeno amplamente discutido por pesquisadores da área da comunicação, embora pouco explorado em investigações sobre a gestão comunicacional. Em uma concepção ampla, o conceito diz respeito às relações entre indivíduos, instituições e meios de comunicação, bem como às transformações da sociedade relacionadas aos desenvolvimentos tecnológicos da comunicação. Nesse contexto, é possível pensar, de forma geral, a gestão e, mais especificamente, a gestão da comunicação, como práticas transformadas por processos de midiática. Considerar as relações entre profissionais de comunicação, sistemas e plataformas de gestão e veículos de comunicação seria uma forma de investigação desses processos.

A gestão estratégica da comunicação é um tema recorrente entre autores e pesquisadores, explorado sob diferentes perspectivas. Tradicionalmente, parece haver um consenso de que ela depende da integração, sinergia e articulação entre modalidades de comunicação, de forma a construir imagens e relacionamentos entre as organizações e seus públicos (LUPETTI, 2012; KUNSCH, 2009; WEBER, 2009), visando a metas e resultados estabelecidos em planos estratégicos (YANAZE; FREIRE; SENISE, 2010). No contexto das transformações digitais e das mudanças no comportamento de consumo, há também uma ênfase em abordagens holísticas capazes de “rever hierarquias de poder e estabelecer diálogos entre todos os aspectos da comunicação” (LONGO, 2014, p. 16) para dar conta de um ambiente imprevisível e caótico.

Na perspectiva aqui adotada, a gestão estratégica da comunicação é compreendida por meio de decisões voltadas à construção de imagens, percepções, sentimentos, relacionamentos e comportamentos. Essa compreensão tem origem em uma leitura comunicacional da estratégia (GOMES, 2016; 2104), baseada na teoria sistêmica de Niklas Luhmann (2016; 2011; 2006; 2005; 1997a; 1997b) e na abordagem discursiva de Eliseo Verón (2014; 2004; 1996; 1980). Com esta pesquisa, busca-se ampliar essa proposta teórica, articulando a gestão da comunicação com as noções de decisão e discurso, no contexto de expansão dos diferentes meios técnicos envolvidos nas práticas gerenciais, com base no questionamento de como as decisões estratégicas de comunicação são afetadas pela midiática das práticas de gestão entre profissionais do Distrito Federal (DF). O ambiente de incentivos ao empreendedorismo e à economia criativa no DF estimula pesquisas voltadas à investigação das interfaces entre comunicação e tecnologia. As opções metodológicas incluem o levantamento e a análise de notícias e reportagens relacionadas à gestão estratégica da comunicação em publicações especializadas (jornais, revistas e sites), considerando um período de cinco anos (2017-2021), além de entrevistas semiestruturadas com gestores de comunicação e profissionais de agências e de serviços especializados do DF.



Orçamento Aprovado:

- Bolsas R\$ 9.600,00
- Material Permanente R\$ 8.750,00
- Serviço de Terceiros R\$ 16.650,00

**Valor Total R\$ 35.000,00**

**A midiaticização das decisões estratégicas de comunicação: um estudo junto a gestores de comunicação - MDEC - CNPq - 406104/2021-2 - Coordenador(a): VICTOR MARCIO LAUS REIS GOMES - Externo Pesquisa**

Coordenador(a): VICTOR MARCIO LAUS REIS GOMES

Vigência: 16/03/2022 a 31/03/2025

Situação: Ativo

Programa/Curso: Mestrado Inovação em Comunicação e Economia Criativa

Escola: {nme\_escola}

Agência: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

Edital: CNPq/MCTI/FNDCT Nº 18/2021 - UNIVERSAL

Chamada Chamada Única

Resumo:

A digitalização transforma a experiência de consumidores e a gestão da comunicação. Enquanto tendências apontam para novos comportamentos no consumo de campanhas e estratégias comunicacionais, com ênfase em experiências integradas, multisensoriais e multiplataformas, importa destacar as transformações dos processos e práticas de gestão suscitadas pelas tecnologias de apoio às decisões estratégicas. Partindo da noção de midiaticização, que vislumbra a apropriação de lógicas midiáticas em práticas de diversos campos sociais, este projeto pretende investigar a relação entre profissionais, plataformas de gestão e instituições envolvidas nos processos estratégicos de comunicação.

Orçamento Aprovado:

Bolsas R\$ 4.800,00

Material Permanente R\$ 6.000,00

Serviço de Terceiros R\$ 8.000,00

**Valor Total R\$ 18.800,00**

**AS FORMAS DO MITO NAS NARRATIVAS DIGITAIS SERIADAS: Contribuição ao Letramento Digital - DIGIMITO\_PQ2 - Coordenador(a): FLORENCE MARIE DRAVET - Externo Pesquisa**

Coordenador(a): FLORENCE MARIE DRAVET

Vigência: 07/03/2022 a 07/03/2024

Situação: Ativo

Programa/Curso: Mestrado Inovação em Comunicação e Economia Criativa

Escola: {nme\_escola}

Agência: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

Edital: CNPq/MCTI/FNDCT Nº 18/2021 - UNIVERSAL Chamada Chamada Única

Resumo:

Como toda forma de cultura, a cultura digital é atravessada pelo mito, em suas produções narrativas, suas manifestações e organização nas redes sociais, nas séries ficcionais e nas diversas formas de arte. Trata-se, em um primeiro momento, de investigar como o mito (enquanto pensamento, mas também enquanto potência arquetípica manifesta em suas diversas mitologias) se apresenta nas narrativas audiovisuais digitais seriadas, de maneira a propor uma contribuição ao Letramento Digital nas escolas de Ensino Médio. Analisaremos narrativas seriadas a fim de identificar como o mito, sob suas mais diversas formas, é

potencializado pelas possibilidades criativas fornecidas pelas ferramentas tecnológicas à disposição na cultura digital (plataformas de streaming, tecnologias imersivas, linguagens multimídia e transmídia, estruturas complexas etc). Como a inovação tecnológica dialoga com a tradição mítica? E nesse contexto, quais são os velhos e novos saberes necessários a um letramento digital transdisciplinar e a uma retomada da narrativa como construção de saber? O corpus a ser estudado para esta pesquisa corresponde a um recorte feito no universo das narrativas digitais seriadas. Foram selecionadas três séries de animação (The midnight gospel; Mushishi e Primal) direcionadas ao público juvenil e adulto que nos interessa analisar aqui pelo seu teor reflexivo, de alta densidade mítica e simbólica, que requerem atenção bem como pelo seu caráter transmidiático. Visa-se, por fim, elaborar propostas para o letramento audiovisual transdisciplinar na perspectiva dos estudos do imaginário, apoiadas por um material didático online em acesso aberto, que possa ser utilizado na educação básica, especialmente no ensino médio, dada a natureza do corpus escolhido.

Orçamento Aprovado:

- Bolsas R\$ 9.600,00
- Material de Consumo R\$ 900,00
- Material Permanente R\$ 4.000,00
- Serviço de Terceiros R\$ 20.000,00

**Valor Total R\$ 34.500,00**

**Economia Criativa no Distrito Federal: mapeamento e clusterização - Mapa Criativo - Coordenador(a): ALEXANDRE SCHIRMER KIELING - Externo Pesquisa/Extensão**

Coordenador(a): ALEXANDRE SCHIRMER KIELING

Vigência: 01/08/2021 a 01/08/2023

Situação: Ativo

Programa/Curso: Mestrado Inovação em Comunicação e Economia Criativa

Escola: {nme\_escola}

Agência: Fundação de Apoio a Pesquisa do Distrito Federal

Edital: FAPDF 03/2021 - DEMANDA INDUZIDA

Chamada Chamada Única

Resumo:

Estudos com base em levantamento dos polos articulados e emergentes dos setores de Economia Criativa no Distrito Federal tomando como referência dados estruturados pela Codeplan, Sindicatos e Associações Setoriais. Mapeamentos focais de vocação e competências nas regiões administrativas também serão usados. Entende-se que se trata de projeto voltado à Inovação e Desenvolvimento Tecnológico no Setor Produtivo do Distrito Federal, uma vez que um plano de articulação da Economia Criativa no DF, de maneira sistêmica e estruturada como cadeia de valor de base empreendedora e tecnológica, insere-se num programa de inovação da matriz econômica regional de impacto social e cultural. Não obstante, trata-se de um setor que oferece abrigo e oportunidade para postos trabalho à pessoas e seguimentos impactados pelos efeitos da Covid-19.

- Orçamento Aprovado:  
Bolsas R\$ 435.000,00  
Material de Consumo R\$ 14.092.000,00  
Material Permanente R\$ 20.000,00  
Serviço de Terceiros R\$ 328.000,00  
**Valor Total R\$ 14.875.000,00**

**Estratégias para o desenvolvimento da economia Criativa no DF - Rumos criativos - Coordenador(a): VICTOR MARCIO LAUS REIS GOMES - Externo Pesquisa**

Coordenador(a): VICTOR MARCIO LAUS REIS GOMES  
Vigência: 16/10/2021 a 16/10/2023  
Situação: Ativo  
Programa/Curso: Mestrado Inovação em Comunicação e Economia Criativa  
Escola: {nme\_escola}  
Agência: Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal  
Edital: Secretaria de Estado de Turismo 2021  
Chamada Chamada Única

**Resumo:**

O presente estudo se vincula ao macroprojeto "Panorama da Economia Criativa do DF". A pesquisa vai se ocupar de "Desenvolver um plano de ação para o Distrito Federal sobre a Economia Criativa do DF com vistas à promoção da mudança da matriz econômica" Nessa direção pretende:

- (a) Elencar ações formativas a partir das vocações, competências da economia Criativa no Distrito Federal;
- (b) Desenvolver práticas para a ampliação das oportunidades de trabalho;
- (c) Criar uma plataforma participativa os dados apurados em uma plataforma;
- (d) Desenvolver um plano de ação imediata;
- (e) Publicar um ebook com dados coletados na pesquisa;

**Orçamento Aprovado:**

Bolsas R\$ 103.200,00

**Valor Total R\$ 103.200,00**

**Panorama da Economia Criativa no DF - PECDF - Coordenador(a): ALEXANDRE SCHIRMER KIELING - Externo Pesquisa**

Coordenador(a): ALEXANDRE SCHIRMER KIELING  
Vigência: 16/10/2021 a 16/10/2023  
Situação: Ativo  
Programa/Curso: Mestrado Inovação em Comunicação e Economia Criativa  
Escola: {nme\_escola}  
Agência: Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal  
Edital: Secretaria de Estado de Turismo 2021  
Chamada Chamada Única

**Resumo:**

A execução da pesquisa é uma antiga demanda do trade turístico, reforçada pela Câmara de Economia Criativa da FECOMERCIO e por todos os setores nela representados. A proposta efetiva uma articulação e aproximação do setor produtivo, do setor público e setor acadêmico. A Economia Criativa tem como característica a produção de bens que resultam de alguma atividade criativa. As áreas mais conhecidas são música, artes cênicas, áudio visual, edição de livros e periódicos, design, artesanato, gastronomia e criação de softwares. Os "setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo, gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social", como diz o Plano de Brasília. Este é um projeto Macro que se desdobra em três subprojetos que ao seu turno, vão apurar produção, consumo e planejamento. O propósito é realizar um Panorama da Economia Criativa do DF e propor estratégias e um plano de ações de curto, médio e longo prazo para a organização de polos articulados em clusters e mesmo em arranjos produtivos locais nas regiões administrativas. Polos inseridos na cadeia de valor desta economia com base empreendedora e tecnológica com vistas à

promoção da mudança da matriz econômica e a ampliação das oportunidades de trabalho, especialmente em setores atingidos e impactados pela pandemia.

Desta maneira

- Reforçar a capacidade institucional e a administração pública eficiente no setor;
- Promover a qualificação dos recursos humanos e a sensibilização da população;
- Conhecer todas as atividades criativas do DF;
- Detectar as competências e vocações por região;
- Mapear a natureza das organizações produtivas por segmento.

O estudo vai buscar informações sobre grupos potenciais na região:

“Grupo 1 - Patrimônio, incluindo as expressões culturais e os sítios culturais. Turismo patrimonial, urbanístico, arquitetônico e paisagístico; ecológico, cívico.

Grupo 2 - Artes, em todo o amplo universo das artes visuais e performáticas.

Grupo 3 - Mídia, abrangendo publicações e mídia impressa e todas as atividades contidas no audiovisual. Panorama da Economia Criativa no Distrito Federal 12

Grupo 4 - New media e serviços criativos, produção de conteúdo. Pode ser incentivada a produção de softwares, aplicativos, redes e conteúdos orientados a problemáticas coletivas e/ou de grupos sociais específicos.

Grupo 5 - Pesquisa e Desenvolvimento, principalmente em biotecnologia, aproveitando o que resta da biodiversidade no Distrito Federal e adjacências, decorrente da confluência das três grandes bacias hidrográficas brasileiras. O alto nível de instrução da população local indica que o incentivo a atividades de P&D é atividade particularmente apropriada”.

Orçamento Aprovado:

- Bolsas R\$ 13.200,00
- Material de Consumo R\$ 75.192,00
- Material Permanente R\$ 2.660,48
- Serviço de Terceiros R\$ 124.318,32

**Valor Total R\$ 215.370,80**

**Potencialidades de consumo e mercado da Economia Criativa - Consumo Criativo - Coordenador(a): LEANDRO DE BESSA OLIVEIRA - Externo Pesquisa**

Projeto: Potencialidades de consumo e mercado da Economia Criativa

Coordenador(a): LEANDRO DE BESSA OLIVEIRA

Vigência: 16/10/2021 a 16/10/2023

Situação: Ativo

Programa/Curso: Mestrado Inovação em Comunicação e Economia Criativa

Escola: {nme\_escola}

Agência: Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer do Distrito Federal

Edital: Programa de Apoio a Eventos - Secretaria de Esporte DF - 2017

Chamada Programa de Apoio a Eventos - Secretaria de Esporte DF - 2017

Resumo:

O presente subprojeto se vincula ao macroprojeto "Panorama da Economia Criativa no DF". A abordagem aqui vai se ocupar das dinâmicas de consumo do ambiente criativo da região. O estudo das "Potencialidades de consumo e mercado da Economia Criativa" vai analisar o mercado e consumo da Economia Criativa no Distrito Federal

Específicas:

- (a) Mensurar o potencial mercadológico nas regiões administrativas;
- (b) Investigar práticas de consumo;
- (c) Projetar públicos existentes e potenciais;
- (d) Identificar nichos



Orçamento Aprovado:  
Bolsas R\$ 103.200,00  
**Valor Total R\$ 103.200,00**

**Vocações, competências e organizações da economia criativa - Vocações Criativas -**  
Coordenador(a): FLORENCE MARIE DRAVET - Externo Pesquisa

Projeto: Vocações, competências e organizações da economia criativa  
Coordenador(a): FLORENCE MARIE DRAVET  
Vigência: 16/10/2021 a 16/10/2023  
Situação: Ativo  
Programa/Curso: Mestrado Inovação em Comunicação e Economia Criativa  
Escola: {nme\_escola}  
Agência: Secretaria de Estado de Turismo do Distrito Federal  
Edital: Secretaria de Estado de Turismo 2021  
Chamada Chamada Única

Resumo:

O subprojeto Vocações, competências e organizações da economia criativa se ancora no acroprojeto Panorama da Economia Criativa .

Essa etapa busca mapear os sistemas de produção da economia criativa no Distrito Federal. A proposta é Identificar vocações, competências da economia Criativa no Distrito Federal nas regiões administrativas.

Específicas:

- (b) indicar a organização de polos articulados e os arranjos produtivos locais;
- (c) detectar as competências e vocações por região;
- (d) conhecer as necessidades e nível de formação;
- (e) mapear a natureza das organizações produtivas por segmento;
- (e) detectar os setores em crise e mais vulneráveis, especialmente em setores atingidos e impactados pela pandemia.

Orçamento Aprovado:  
Bolsas R\$ 103.200,00  
**Valor Total R\$ 103.200,00**

## INNOVAÇÃO OU OUTRAS ATIVIDADES DESTAQUE DO CURSO

O curso realiza, em parceria com o PPGCOM/UCB, congressos e eventos de médio/grande porte.

O aluno André Dantas ficou entre os 10 melhores candidatos do Brasil na certificação internacional Adobe Expert, **ACE**, que tem o intuito de comprovar a proficiência de um profissional no uso dos softwares Adobe. É um ótimo acréscimo ao seu currículo, portfólio, site profissional, comprovando que você domina a fundo o uso da ferramenta. É também uma etapa obrigatória para a certificação internacional Adobe Instructor, **ACI**, necessária para se tornar parceiro Adobe e também para ministrar aulas em centros autorizados.

A prova de certificação é administrada por uma empresa terceirizada, a PSI. Para tirar o certificado, é preciso se cadastrar no site da PSI e, através deles, comprar o exame. Por ser presencial, também é necessário escolher um dos centros autorizados da PSI e agendar um horário. Veja a lista de locais no final da matéria.

Professora Kelly Quirino foi eleita, em eleição nacional. Ela recebeu 60,70% dos votos para Caref BB no primeiro turno para o cargo que representará os funcionários no Conselho de Administração (CA) do Banco do Brasil, nos próximos dois anos. Com mais da metade dos votos, a candidata, apoiada pela Confederação Nacional dos Trabalhadores do Ramo Financeiro (Contraf-CUT) e a grande maioria dos sindicatos de bancários e entidades de representação do funcionalismo, vence a disputa sem a necessidade de um segundo turno.

- Inovação

A Agência de Pesquisa e Desenvolvimento, tornou público o resultado e a classificação dos projetos que concluíram o Programa de Pré-Aceleração de Negócios **STARTUP CATÓLICA 2022**.

Em 1º lugar ficou o LabVirtual que se trata de um modelo de EAD, com experiência pedagógica em ambiente aberto, mediado por tecnologia, com experiências no campo de desenvolvimento pessoal e realidade “Digitais” e idealmente imersivas.

Em 2º lugar se destacou a empresa Cajuí Collab. A Cajuí Collab é um Estúdio de Design Visual constituído por oito núcleos criativos: Identidade Visual, Estratégia de Marca, Design de Interface, Ilustração, Editoração, Projeto de Animação, Pesquisa e Formação. Os núcleos são compostos por estudantes do curso de Design Visual da UCB.

E em 3º lugar a empresa Futstart que possui um aplicativo que promete revolucionar o modo de recrutamento de novos jogadores de futebol, buscando transformar as tradicionais peneiras, trazendo a esse processo agilidade, organização e principalmente democracia.

O programa foi desenvolvido com o propósito de estimular empreendedores, principalmente do Distrito Federal, por meio do apoio a um processo progressivo de integração de pessoas, iniciativas, startups, investidores e empresários, de maneira a aproximar demandantes e ofertantes de tecnologias e inovação, em prol do desenvolvimento social, tecnológico e econômico da região e do País

Tem por objetivo incentivar a criação, o desenvolvimento e a pré-aceleração de negócios inovadores, a partir do estímulo à agregação de iniciativas, em vários níveis, relacionadas ao desenvolvimento da inovação e do empreendedorismo, para alavancar empreendimentos que gerem riqueza, sustentabilidade e impacto social positivo.

O **Programa Foto + Lab - Pitch Day**, de pré-aceleração de negócios culturais no segmento da fotografia e artes visuais. O objetivo é fomentar a criação, o desenvolvimento e a pré-aceleração de negócios inovadores, capacitando empreendedores do Distrito Federal e aproximando-os de investidores. A iniciativa é da Agência de Pesquisa e Desenvolvimento da Universidade Católica de Brasília (UCB) em parceria com a Photo Agência e a Lente Cultural.

O Programa oferece cerca de 20 encontros de imersão prática em conceitos de inovação e de empreendedorismo startup, de 5 de junho a 18 de agosto. Entre os benefícios aos participantes, estão: refinamento e validação de modelo de negócios; mentoria (presencial e remota) e suporte para dúvidas; desenvolvimento da rede de networking; possibilidade de integração na rede de mentores da UCB; certificação de participação nas capacitações e mentorias para os integrantes das equipes que cumprirem 100% da presença e realizarem as entregas previstas, entre outros.

Podem participar empreendedores, docentes, estudantes, egressos, colaboradores vinculados à UCB, à Católica EAD, pessoas com potencial empreendedor e/ou capacidades técnicas e criativas nas áreas da fotografia e/ou artes visuais, empresários com negócios consolidados ou em fase de consolidação e que gostariam de desenvolver frentes de inovação aberta e contribuir com sua experiência nos circuitos de inovação para o segmento da fotografia e das artes visuais no Distrito Federal, ainda empreendedores e investidores que tenham interesse no programa de pré-aceleração. Neste edital, as equipes deverão ser formadas por, no mínimo, dois integrantes, apresentar currículo dos participantes, que devem ter mais de 18 anos, mostrar uma síntese do modelo de negócio e um vídeo case que explique a proposta de negócio da equipe, com até 3 minutos de duração. Não há necessidade de vínculo com a UCB por parte dos membros da equipe.

O Foto + Lab - Pitch Day integra a 10ª edição do Festival Mês da Fotografia, um dos mais importantes espaços de fomento, difusão e promoção das artes visuais e da fotografia no DF.

Na Graduação, a inserção dos estudantes em atividades de pesquisa e inovação se faz por meio atividades voluntárias e, também, de bolsas de Iniciação Científica (IC), bolsas de Iniciação Tecnológica e Inovação (ITI) e por meio da vinculação dos projetos de conclusão de curso aos projetos de pesquisa institucionais.

O Programa de Iniciação Científica concede bolsas em três modalidades:

1. Programa Interno (PIC/UCB): utiliza recursos financeiros próprios e engloba estudantes voluntários. Nesse caso, as bolsas são distribuídas em forma de cotas e seguem critérios estabelecidos em editais específicos.
2. Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC - CNPq/UCB): com fomento do Governo Federal, as bolsas institucionais do PIBIC são distribuídas anualmente sob a forma de cotas, a partir dos critérios estabelecidos em editais anuais, que consideram os méritos técnicos e científicos da proposta.

3. Programa Institucional de Bolsas de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (PIBITI/CNPq/UCB): voltado à formação e ao engajamento de estudantes de Graduação em atividades de pesquisa, desenvolvimento tecnológico e inovação.

A UCB possui pesquisadores aptos a atender a editais externos de financiamento à Ciência e Tecnologia, com reconhecimento local, regional, nacional e internacional. A instituição viabiliza as pesquisas por meio de sua infraestrutura laboratorial, alocação de horas para as atividades, bem como recursos para custeio e investimento. O apoio é oferecido tanto para projetos aprovados por agências de fomento (CNPq, FINEP, CAPES, Fundações de Amparo à Pesquisa, organismos internacionais e outros) como para atividades inovadoras ou projetos desenvolvidos em conjunto com empresas privadas.

Possui também um programa próprio de apoio à participação de seus pesquisadores em eventos científicos que contribuam para a divulgação dos resultados de projetos de pesquisa.

- Evento

A UCB participa da organização e da realização dos Congressos de Iniciação Científica do Distrito Federal disponibilizando logística, infraestrutura e o apoio técnico de seu núcleo de eventos, em um esforço conjunto com as outras instituições do DF que possuem Programa de Iniciação Científica PIBIC/CNPq.

Durante estes eventos, pesquisadores de instituições externas ao DF avaliam os trabalhos dos estudantes, como parte do processo de avaliação do Programa PIBIC. Desde 2009, os melhores trabalhos de cada sessão são premiados com a concessão de certificados aos estudantes e seus orientadores. Além dos Congressos anuais de IC do DF, cuja participação é obrigatória, muitos trabalhos desenvolvidos por estudantes da UCB são encaminhados e aceitos para apresentação em congressos locais, nacionais e internacionais.

A UCB conta com diversos programas de Pós-Graduação stricto sensu que oferecem oportunidades de pesquisa para os estudantes desta IES e egressos de outras IES.

2019 - I CONECOM - Congresso de Economia Criativa e Comunicação  
<https://doity.com.br/conecom/informacoes>

2019 - IV Colóquio Interprogramas Secomunica  
<https://portalrevistas.ucb.br/index.php/AIS/issue/view/582>

2020 - II CONECOM - Congresso de Economia Criativa e Comunicação  
<https://doity.com.br/conecom>

2020 - V Colóquio Interprogramas Secomunica  
<https://portalrevistas.ucb.br/index.php/AIS/issue/view/651>

2021 - III CONECOM - Congresso de Economia Criativa e Comunicação  
<https://doity.com.br/conecom3>

2021 - VI Colóquio Interprogramas Secomunica  
<https://portalrevistas.ucb.br/index.php/AIS/issue/view/670>



2022 - VII Colóquio Interprogramas Secomunica  
<https://portalrevistas.ucb.br/index.php/AIS/issue/view/716>

- Aplicativo

Não existe produção de aplicativos dos discentes na graduação. O que existem são disciplinas de conteúdo gamificado. Mas, em parceria com o PPGCOM/UCB, alguns projetos de pesquisa dos mestrandos fazem parte do dia a dia na graduação a partir do IC e do estágio docente.

AZEVEDO, Izabelle Torres. **Bots sociais: das características ao aplicativo de detecção**. 2022. 131 f. Dissertação (Programa Stricto Sensu em Inovação em Comunicação e Economia Criativa) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2022

<https://bdtd.ucb.br:8443/jspui/handle/tede/3131>

BARROSO, Suélem dos Santos Pereira. **Assessoria computacional: desenvolvimento de newsbot para organizações financeiras**. 2021. 112 f. Dissertação (Programa Stricto Sensu em Comunicação) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2021.

<https://bdtd.ucb.br:8443/jspui/handle/tede/3116>

BARROS, Marcus de Andrade Monteiro de. **Jogos eletrônicos como mídia de comunicação estratégica para o Exército Brasileiro**. 2021. 149 f. Dissertação (Programa Stricto Sensu em Comunicação) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2021

<https://bdtd.ucb.br:8443/jspui/handle/tede/2883>

BECKMANN, Raquel dos Santos. **Synchronus 2D: plano de aplicação para videogame de astrologia**. 2021. 125 f. Dissertação (Programa Stricto Sensu em Comunicação) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2021

<https://bdtd.ucb.br:8443/jspui/handle/tede/3112>

BARBOSA, Patrícia Flávio Dias. Utilização de ferramentas digitais para promoção das tecnologias da Embrapa Agroenergia e prospecção de parceria (proposta aplicativo Embrapa Agroenergia). 2021. 138 f. Dissertação (Programa Stricto Sensu em Comunicação) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2021

<https://bdtd.ucb.br:8443/jspui/handle/tede/3111>

ARAÚJO, Hudson de Pinho. **Meios imersivos e aspectos para produção de sentido**. 2021. 288 f. Dissertação (Programa Stricto Sensu em Comunicação) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2021.

<https://bdtd.ucb.br:8443/jspui/handle/tede/3107>

ARAÚJO, Fabrício Batista de. **Proposta de criação de podcast educativo piloto no âmbito do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação**. 2021. 85 f. Memorial (Programa Stricto Sensu em Comunicação) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2021.

<https://bdtd.ucb.br:8443/jspui/handle/tede/3106>

