III SIMPÓSIO DE INTEGRAÇÃO INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

CRIAR, FORMAR E PERTENCER: conexões entre saberes e formação profissional

Rafaela Caetano[1]
Fernanda Carvalho Vieira[2]
Joana Marcia da Silva Carvalho Daniel[3]

RESUMO: O projeto "Criar, Formar e Pertencer: Conexões entre Saberes e Formação Profissional", desenvolvido no Instituto Federal de Brasília (IFB), surge diante das transformações contemporâneas do mundo do trabalho, marcadas pela valorização de competências técnicas, socioemocionais e digitais. Fundamentado nas novas demandas profissionais relacionadas à comunicação, marketing digital, audiovisual e economia criativa, o projeto busca articular teoria e prática por meio de palestras e oficinas voltadas à formação profissional de estudantes do IFB e público externo. A proposta contempla atividades formativas nas áreas de vitrinismo, comunicação audiovisual e posicionamento estratégico na internet, abordando temas como branding, *storytelling* digital, visual *merchandising* e produção de conteúdo para mídias sociais. A metodologia inclui atividades presenciais, inscrições via Google Forms, emissão de certificados e produção de registros audiovisuais. A avaliação será realizada de forma quantitativa e qualitativa, considerando número de participantes, realização das atividades planejadas, formulários de satisfação, registros fotográficos e elaboração de relatório final que será entregue em novembro de 2026. Espera-se contribuir para a formação profissional crítica, inovadora e conectada às tendências da economia criativa e das novas tecnologias de comunicação.
Palavras-chave: Formação profissional, Economia criativa, Comunicação audiovisual, *Storytelling* digital, Empregabilidade.

ABSTRACT: The project "Creating, Training, and Belonging: Connections between Knowledge and Professional Education", developed at the Federal Institute of Brasília (IFB), emerges in response to contemporary transformations in the labor market, characterized by the growing importance of technical, socio-emotional, and digital skills. Based on new professional demands related to communication, digital marketing, audiovisual production, and the creative economy, the project seeks to connect theory and practice through lectures and workshops focused on the professional development of IFB students and the external community. The

1 Orientadora do projeto. Professora do Instituto Federal de Brasília - Eixo Turismo, Hospitalidade e Lazer. Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Brasília, e-mail: rafaela.caetano@ifb.edu.br.

2 Bolsista do projeto e estudante do 2º semestre de Tecnologia em Eventos pelo Instituto Federal de Brasília, email: fcvm07@gmail.com.

[3]Bolsista do projeto e estudante do 2º semestre de Tecnologia em Eventos pelo Instituto Federal de Brasília, e-mail: joanamdaniel@gmail.com.

proposal includes training activities in visual merchandising, audiovisual communication, and strategic online positioning, addressing topics such as branding, digital storytelling, visual merchandising, and content production for social media. The methodology includes in-person activities, registration through Google Forms, certificate issuance, and audiovisual documentation. The evaluation process will combine quantitative and qualitative approaches, considering the number of participants, completion of planned activities, satisfaction surveys, photographic records, and the preparation of a final report. The project is expected to contribute to critical, innovative, and market-oriented professional education connected to trends in the creative economy and new communication technologies.
Keywords: Professional education, Creative economy, Audiovisual communication, Digital storytelling, Employability

Introdução

O mundo do trabalho está em constante transformação, sendo impulsionado por novas demandas sociais, econômicas e culturais. Nesse cenário, a busca de profissionais com capacidades tanto em *soft skills* quanto em *hard skills* - habilidades sociais e habilidades técnicas - tem se tornado cada dia mais necessária.

De acordo com o Fórum Econômico Mundial (2025), as mudanças econômicas como o aumento do custo de vida e a reestruturação dos modelos de negócios com inteligência artificial (IA), que automatizam determinadas tarefas humanas, fazem notar a necessidade urgente de ações na área da educação para que haja um maior foco na qualificação e capacitação preparatória dos futuros profissionais. Colaborando com essa visão do mundo do trabalho e habilidades necessárias, a Forbes (2026) destaca o levantamento do LinkedIn das habilidades que vão dominar o mundo do trabalho em 2026. Um exemplo são as aptidões socioemocionais, como *storytelling* e comunicação.

Percebe-se que desenvolver competências em *storytelling* digital e comunicação com clareza e consistência contribui nos posicionamentos estratégicos e constrói a confiança no público das empresas ou nas atividades de empreendedorismo e também para a ascensão socioeconômica e valorização dos profissionais.

Os conhecimentos em vitrinismo como um veículo ímpar de comunicação direta com o consumidor e do *storytelling* digital estão associados às novas necessidades do mundo do trabalho e impactam diretamente no comércio local, no desenvolvimento do empreendimento e, consequentemente, no desenvolvimento econômico regional.

O projeto “Criar, Formar e Pertencer: Conexões entre Saberes e Formação Profissional” nasce para atender a esta demanda com temas relevantes para a formação acadêmica e profissional dos estudantes do IFB em diferentes níveis e *campi*. Atuando na articulação entre teoria e prática por meio de projetos que contribuam para o desenvolvimento da aprendizagem, ele também promove práticas aderentes à economia criativa e à inovação, especialmente no tocante ao vitrinismo e à comunicação audiovisual. O projeto visa promover o Instituto Federal de Brasília - Campus Brasília não apenas como uma instituição de ensino, mas também como uma instituição inclusiva que busca inovar e capacitar seus estudantes nas competências exigidas na atualidade.

O objetivo geral do evento é promover palestras e oficinas de formação para articular teoria e prática por meio de atividades que contribuam para o desenvolvimento da aprendizagem voltada para a formação profissional dos estudantes do IFB e do público externo.

Os objetivos específicos são: Capacitar através de formação profissional as habilidades que são tendências no mundo do trabalho; Certificar através de horas complementares os estudantes dos cursos de graduação; Contribuir para melhor atuação do profissional em áreas demandadas pelo mercado; Desenvolver habilidades para o mundo do trabalho como técnicas de posicionamento estratégico em mídias sociais e comunicação direta com o consumidor através do vitrinismo; Oportunizar troca de saberes e *networking* para estudantes da área de eventos; Gerar conexão e relação entre a teoria e a prática através das palestras e/ou oficinas; Fomentar o sentimento de pertencimento do estudante com o IFB; Incentivar autonomia e inovação; Qualificar e estimular habilidades que gerem maior chance de empregabilidade.

Segue o plano metodológico para a realização do evento:

Palestra - Produção Cultural e Impacto Social do Festival Meskla: Palestra imersiva ministrada por integrante da equipe de produção do Festival Meskla, abordando a trajetória do festival desde sua primeira edição até sua consolidação como referência em moda e cultura urbana. Serão apresentados temas como produção cultural, bastidores, curadoria de line-up e impacto social e cultural junto ao público jovem.

Oficina de Vitrinismo: Teoria e prática com foco no desenvolvimento de habilidades para a criação, montagem e planejamento de vitrines. Ela busca ensinar como transformar o espaço da vitrine em uma ferramenta de marketing e *Visual Merchandising* utilizando técnicas

como técnicas de exposição, composição e estética, planejamento de vitrine com todas as etapas de montagem, comunicação visual e *branding* ensinando como transmitir de maneira correta a mensagem da marca e o estilo de vida que aqueles produtos da vitrine representam.

Oficina Comunicação Audiovisual - Posicionamento Estratégico na Internet: Esta oficina busca trazer de maneira prática como utilizar vídeos, imagens e ferramentas visuais para construir, promover e consolidar a marca ou a imagem de um profissional/empresa nas plataformas digitais. A oficina abordará temas como Planejamento Estratégico: como definir o objetivo da comunicação, conhecer o seu público-alvo e traçar metas de marketing antes de gravar; Produção Audiovisual: técnicas de criação de conteúdo em vídeo e imagem para mídias sociais e sites no geral, *Branding* e Imagem: como transmitir os valores da sua marca através da linguagem visual para gerar credibilidade e reconhecimento e Posicionamento na Internet: estratégias para se destacar em meio a concorrência utilizando ferramentas digitais.

Referencial Teórico

1. Comunicação visual

A comunicação visual é um campo essencial na transmissão de informações por meio de elementos gráficos, imagens, cores e tipografias, sendo fundamental para a construção de mensagens claras e impactantes. Ela atua diretamente na forma como o público interpreta marcas, produtos e ideias, influenciando percepções e comportamentos. No contexto atual, sua relevância cresce com a expansão dos meios digitais e da cultura visual. A linguagem visual organiza a informação de modo estratégico, facilitando a compreensão rápida em ambientes saturados de conteúdo. Além disso, é uma ferramenta importante no marketing e na educação, pois potencializa o engajamento e a retenção da mensagem. No ambiente profissional, exige-se domínio técnico e criativo para desenvolver peças visuais eficazes (Duarte & Santos, 2019).

2. Vitrinismo

O vitrinismo é a área responsável pela organização e composição de vitrines com o objetivo de atrair, comunicar e persuadir consumidores. Ele combina elementos de design, marketing e psicologia do consumo para criar experiências visuais impactantes no ponto de venda. A vitrine funciona como um espaço estratégico de comunicação entre marca e cliente,

sendo muitas vezes o primeiro contato com o produto. Nesse sentido, o vitrinismo contribui diretamente para a construção da identidade visual de uma empresa e para o aumento das vendas. Profissionais da área precisam desenvolver habilidades criativas e técnicas para criar composições atrativas e coerentes com o posicionamento da marca (Galvão, 2023).

3. *Storytelling*

O *storytelling* é a prática de construir e transmitir narrativas com o objetivo de engajar, emocionar e comunicar ideias de forma mais eficaz. No ambiente digital e corporativo, ele se tornou uma estratégia essencial para marcas e profissionais que buscam conexão com seus públicos. Por meio de histórias bem estruturadas, é possível gerar identificação, fortalecer a identidade de uma marca e influenciar decisões de consumo. O *storytelling* digital amplia essas possibilidades ao utilizar múltiplas plataformas e formatos interativos. Essa prática exige criatividade, clareza e organização das informações para garantir impacto comunicativo (MCSill, 2013).

Resultados esperados

Com a realização do projeto "Criar, Formar e Pertencer: Conexões entre Saberes e Formação Profissional", espera-se alcançar resultados educacionais, profissionais e sociais alinhados às demandas do mercado de trabalho contemporâneo, da economia criativa e da comunicação digital.

No âmbito educativo, pretende-se realizar integralmente as palestras e oficinas previstas no planejamento, garantindo participação mínima de 30 participantes por atividade, com controle de presença por meio de inscrições via Google Forms e listas de chamada assinadas. Espera-se ampliar os conhecimentos teóricos e práticos dos participantes nas áreas de comunicação visual, vitrinismo, *storytelling* digital, branding, visual merchandising e produção audiovisual, contribuindo para a complementação da formação acadêmica e qualificação profissional por meio da certificação em horas complementares e atividades de extensão.

No âmbito profissional, busca-se fortalecer competências relacionadas às áreas de comunicação, eventos, marketing, audiovisual e produção cultural, ampliando a capacidade de

atuação profissional, empregabilidade e preparo para oportunidades de empreendedorismo e inserção no mercado de trabalho.

No âmbito social e institucional, espera-se promover integração entre estudantes, comunidade externa e o Instituto Federal de Brasília, incentivando a troca de conhecimentos, o sentimento de pertencimento e a participação acadêmica dos estudantes. Pretende-se produzir 1 minidocumentário registrando as atividades e impactos do projeto, aplicar formulários de satisfação para avaliação das ações realizadas e elaboração de relatório final.

Referências bibliográficas

DUARTE, Audrey Marques; SANTOS, Marli dos. Comunicação visual no ambiente digital: dispositivos e performance tipográfica nas capas da revista Elle. **Revista FAMECOS**, v. 26, n. 1, e31061. Porto Alegre: PUCRS, 2019. Disponível em: https://doi.org/10.15448/1980-3729.2019.1.31061. Acesso em: 10 maio 2026.

FORBES. **As habilidades que vão dominar o mercado de trabalho em 2026**. Forbes Brasil. São Paulo: Redação Forbes, 2026. Disponível em: https://forbes.com.br/carreira/2026/02/as-habilidades-que-vao-dominar-o-mercado-de-trabalho-em-2026/. Acesso em: 07 mar. 2026.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. **Future of Jobs Report 2025:** Press Release (Versão em Português). Genebra: World Economic Forum, 2025. Disponível em: https://reports.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2025_Press_Release_PTBR.pdf. Acesso em: 07 mar. 2026.

FUNDAÇÃO VANZOLINI. **Soft skills e hard skills:** as mais valorizadas no mercado. São Paulo: Fundação Carlos Alberto Vanzolini, 2025. Disponível em: https://vanzolini.org.br/blog/soft-skills-hard-skills-mais-valorizadas/. Acesso em: 10 maio 2026.

GALVÃO, Lucas Gabriel de Souza. As vitrines como agentes influenciadores no comportamento do consumidor e processo decisório de compra. **Revista de Gestão e Secretariado**, *[S. l.],* v. 14, n. 4, p. 4749–4761, São Paulo: Editora Contemporânea Ltda., 2023. Disponível em: https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/1939. Acesso em: 10 maio 2026.

MCSILL, James. **5 lições de storytelling**: fatos, ficção e fantasia. São Paulo: DVS Editora, 2013. Acesso em: 20 maio 2026.