

EDIANA AVELAR E ÉRICA RIBEIRO (ORG.)

FESTIVALIA

inovação, criatividade e experiência

2022

RIO
20

iVentura

FESTI VALIA

inovação, criatividade e experiência

RIO2C 2022

EDIANA AVELAR E ÉRICA RIBEIRO (ORG.)

FESTI VALIA

inovação, criatividade e experiência

RIO2C 2022



Rio de Janeiro
2022

Copyright © 2022, Ediana Avelar e Érica Ribeiro (org.)

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação de direitos autorais (Lei 9.610/98).

Capa

Bruno Peres

Projeto gráfico e diagramação

Agência de Comunicação Institucional (AgeCom)

Núcleo UVA de Fotografia (NFoto) | UVA

Revisão

Larissa Bianco

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Festivalia [livro eletrônico] : inovação, criatividade e experiência / org. Ediana Avelar, Érica Ribeiro. -- 1. ed. -- Três Rios, RJ : iVentura Editora, 2022. ePub

Vários autores.

Vários colaboradores.

ISBN 978-65-88760-12-3

1. Criatividade 2. Festivalia - Rio de Janeiro 3. Fotografias - Eventos 4. Inovação tecnológica 5. Jornalismo 6. Tecnologia - Encontros - Brasil 7. Tecnologias da informação e comunicação
I. Avelar, Ediana. II. Ribeiro, Érica.

22-139958

CDD-303.483

Índices para catálogo sistemático:

1. Tecnologia da Informação e Comunicação : Inovação : Criatividade :
Encontros sociais 303.483

Henrique Ribeiro Soares - Bibliotecário - CRB-8/9314

iVentura Editora Comercial Ltda.

Editor

Luís Bittencourt

www.iventura.com.br

e-mail: editora@iventura.com.br

Tel.: (21) 97616-6968

Rua da Maçonaria, 10 – Centro

Três Rios – RJ – CEP: 25.805-023



Eu vejo muito mais
o diálogo como o
caminho para a
evolução

Igor Coelho

Apresentador do Flow Podcast
1 de maio de 2022
"StageCast Flow"
StoryVillage

RIO 2C

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	6
OFICINAS QUE INSPIRAM	8
INTERATIVIDADE E DIVERSÃO	18
BASTIDORES.....	25
CONEXÃO COM O MERCADO	34
COBERTURA DOS LABORATÓRIOS DA UVA NA RIO2C	40

INTRODUÇÃO

Após praticamente dois anos dentro de nossas casas, voltamos às atividades presenciais na universidade. As salas, ainda vazias, nos encheram de esperança e o brilho nos olhos voltou com a vontade de fazer mais. Não demorou muito para que aquela correria gostosa do dia a dia surgisse. Um convite para a coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda, professora Ediana Avelar, surgiu e iniciamos este projeto: a produção de um e-book sobre a Festivalia, um evento dentro do maior encontro de criatividade da América Latina, o Rio2C.

A Festivalia aconteceu nos dias 30 de abril e 1 de maio de 2022, na Cidade das Artes, na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro; e reuniu centenas de jovens (e nem tão jovens) ávidos por novidades, tecnologia e muita, mas muita troca de conhecimento. A programação, recheada de atividades, trazia um grande desafio, afinal, como registrar um evento tão grandioso em pouco tempo e com uma equipe reduzida?

Em uma parceria entre a Agência de Comunicação Institucional do curso de Jornalismo (AgeCom) e o Núcleo UVA de Fotografia (NFoto), surge a proposta de um registro fotográfico, no qual conseguíssemos combinar texto e imagem, trazendo um olhar diferenciado de tudo que estamos acostumados a fazer em nossas rotinas de redação jornalística.

Um vasto material foi produzido em dois dias de evento, que, além da equipe convocada para cobrir a Festivalia oficialmente para este e-book, contou ainda com a colaboração de estudantes participantes de outros projetos da Universidade Veiga de Almeida, como a TV UVA, a AgênciaUVA e a Alkimia.

Sob as diversas possibilidades, organizamos esta publicação em quatro partes que nos chamaram atenção, e, com elas, evidenciamos alguns dos pilares do evento, mas ressaltamos a importância do encontro para a formação dos jovens.

O primeiro capítulo traz registros das oficinas oferecidas. Sob o título “Oficinas que inspiram”, buscamos trazer um pouco do que aconteceu nas centenas de encontros. Seria inviável inserir tudo aqui, já que a nossa equipe também foi reduzida.

Já a segunda parte foca as atividades interativas, que levaram os participantes a plena diversão, com jogos eletrônicos, experimentação de tecnologias e ação. Este último não faltou aos que foram ao evento na Barra da Tijuca, ao menos é o que percebemos nos bastidores, com muitas conversas e dezenas de gravações e registros e, por nós, observados no terceiro capítulo.

Por fim, e não menos importante, o *networking*. Ah! Essa grande rede de contatos que conseguimos tecer em eventos como o Rio2C, conhecendo não somente profissionais atuantes no mercado de trabalho, como também uma galera ávida por aprendizado e em colocar a mão na massa.

Aproveite para conhecer um pouquinho desse super evento, porque em 2023 ele volta com muito mais!

Os relatos foram escritos pela equipe da AgeCom, composta pelos estudantes Gabriele Carneiro, Isabela Mello, Luiz Guilherme Couto e Mayara Tavares; já a equipe do NFoto, responsável principal pelos registros e finalização das imagens, veio com Bruno Peres, Eduarda Menezes e Letícia Olaso.

Agradecemos o Rio2C pelo convite e confiança em nosso trabalho.

Ediana Avelar e Érica Ribeiro
Coordenação de Publicidade e Propaganda
da Universidade Veiga de Almeida

1

OFICINAS QUE INSPIRAM

Por Gabriele Carneiro

A Festivalia de 2022 ofereceu 75 palestras em apenas dois dias. Foi muito conhecimento oferecido para o público e não poderia ser em um evento diferente, não é? Em uma produção grande como essa, não teve um horário ocioso. Sempre com palestras a serem acompanhadas, difícil era decidir para qual ir. As oficinas ocorreram simultaneamente com diferentes palestrantes e em seis salas: StoryVillage, Screnning Room, CiberStage, House of Brands, Brainspace, Biodom, NewFrontier e Future.U.

O evento chamou atenção por dar oportunidade de ensino para quem está começando e para quem já está no mercado de trabalho. É uma ótima forma de conhecer novos nomes, novas empresas e se atualizar, principalmente no campo da comunicação, já que é uma área na qual preciso estar sempre atento e em constante aprendizado.

Os temas abordados incluíram todo tipo de público e houve palestras sobre metaverso, o limite do humor, podcasts, documentários, audiovisual e outras áreas da criatividade. Foram grandes nomes que ensinam e dão oportunidade do público interagir, seja na hora da palestra ou após, como Felipe Novaes, diretor do documentário 'Chorão: Marginal Alado'; os atores Ícaro Silva e Cláudia Abreu, que falaram sobre a arte de decorar textos; Marcela McGowan, que comentou sobre o seu programa 'Prazer Feminino'; a atriz Cléo Pires, que participou da palestra sobre o audiovisual independente; o comediante Maurício





Rizzo, que esclareceu a lógica por trás do humor; e o roteirista Beto Skubs, que contou como é trabalhar para a série Grey's Anatomy.

“Gostei muito das palestras que eu fui. Assisti uma do diretor do documentário do Chorão e eu achei muito interessante ele falando. Eu consegui falar com ele depois e ele foi muito simpático”, contou Maíra dos Santos, estudante de Jornalismo.

Outro ponto positivo dentro do evento foram os *stands* disponíveis com palestras, atividades interativas e brindes. Um desses foi o do Descomplica, em que as palestras foram realizadas em um ambiente aberto e com o oferecimento de fones de ouvidos para o público escutar melhor o palestrante. No local, a monitora de qualidade, Ludmila Henriques deu a deixa sobre o que acontecia no espaço: “Está vindo bastante a galera de B2C, então dá para divulgar a nossa empresa e divulgar a gente também, fazer *networking* e conhecer novas empresas”.

É muita informação legal da área de criatividade, da nossa área, é muito agregador

Rosa dos Anjos

Publicitária. Primeira vez no evento

.....

OPINIÃO GABRIELE CARNEIRO

Não perco mais nenhuma edição desse evento incrível, pensado sempre para agregar conhecimento à vida profissional do público.

O encontro trouxe os melhores profissionais para palestrar e ofereceu a melhor cobertura possível para quem escolhe participar.





Eu curti bastante o festival, até porque, como eu faço Cinema, as palestras foram bem inspiradoras; ver gente da área que já trabalha com isso, dando conteúdo, ensinando como é que eles fazem e quais métodos...

Alexandre Maltez, 23 anos, estudante de Cinema













2

INTERATIVIDADE E DIVERSÃO

Por Isabela Mello

Nos dois dias de evento da Festivalia, os *stands* interativos foram as grandes atrações na Cidade das Artes. Quem escolheu o fim de semana dos dias 30 de abril e 1º de maio para ir ao Rio2C 2022 pela primeira vez, ficou admirado com as atividades.

Os ambientes interativos do festival se concentraram no térreo e foram de responsabilidade da Petrobras, Venturion, Banco do Brasil, Firjan Senai, Descomplica, EVE, OLX e Globo. Já no segundo piso, espaços para descansar, tirar fotos e recarregar os celulares foram os mais vistos. Além disso, comidas e bebidas eram encontradas em ambos os andares.

Apresentada pela Petrobras, a edição de 2022 disponibilizou duas áreas para a marca. Com as atrações “Uma Missão em Águas Ultraprofundas” e “Orquestra Adentro”, os visitantes tiveram experiências imersivas e únicas. Na primeira ação, a dupla participante usava óculos de realidade virtual e comandava os ROV (Remotely Operated Vehicle), ou seja, veículos subaquáticos operados remotamente. Dessa forma, foi possível conhecer as principais tecnologias da exploração de petróleo. Na segunda atividade, o público caminhava por um espaço com caixas de som espalhadas pelo local e, cada vez que se aproximavam de uma, um tipo de instrumento da Orquestra Petrobras Sinfônica ficava mais alto. O resultado dos sons formava uma orquestra.



É um evento amplo, tem bastante opção, área de game, de marketing, palestra para área do entretenimento. É bom até para a nossa vida de estudante

Caio Silva

Estudante de Publicidade e Propaganda

Um dos *stands* de maior sucesso da Festivalia foi o espaço Venturion. Nele, um grupo de quatro pessoas era levado para uma batalha espacial através da realidade virtual e controles a laser sem cabo. A luta parecia tão verdadeira que os participantes se jogavam no chão, gritavam e agiam como se estivessem em uma guerra. Do lado de fora da arena multiplayer, o público podia acompanhar a simulação por uma televisão.

Outro espaço queridinho pelos visitantes foi o montado pelo Banco do Brasil. Além da possibilidade de ganhar brindes após responder um quiz sobre o BB, visitantes podiam descansar nas mesas e cadeiras espalhadas pelo *lounge*. Uma enorme árvore de madeira sustentável chamava a atenção de todos que passavam e possuía um espaço em sua base para o público curtir a exposição “Egito Antigo - do Cotidiano à Eternidade”, em realidade virtual.

O Banco também investiu em uma área gamer, a GameBox. A carreta, localizada no primeiro andar ao lado da praça de alimentação, tinha 12 metros e contava com 12 computadores, cinco consoles e um espaço equipado para jogos como CS:GO, Fortnite, LoL e outros. As máquinas estavam às ordens do público durante todo o evento.

A atração montada pela Firjan Senai trouxe um ambiente similar ao de um estúdio de televisão para o Rio2C. Com uma câmera de gravação em 360°, um fundo *chroma-key* e equipamentos de iluminação e captação de imagem, os visitantes puderam brincar de se colocar em vários lugares diferentes e entender mais dessa área do audiovisual.

No *stand* reservado para o Descomplica, era possível encontrar uma programação de aulas com diversas atrações e explicações sobre o curso online. A conversa promovida pelos representantes da rede serviu para mostrar ao público uma nova maneira de aprender e desvendar o futuro da educação.

Já o espaço destinado à EVE, *startup* da Embraer, atraiu as pessoas por se localizar logo na entrada do evento. Com o objetivo de exibir o eVTOL, um

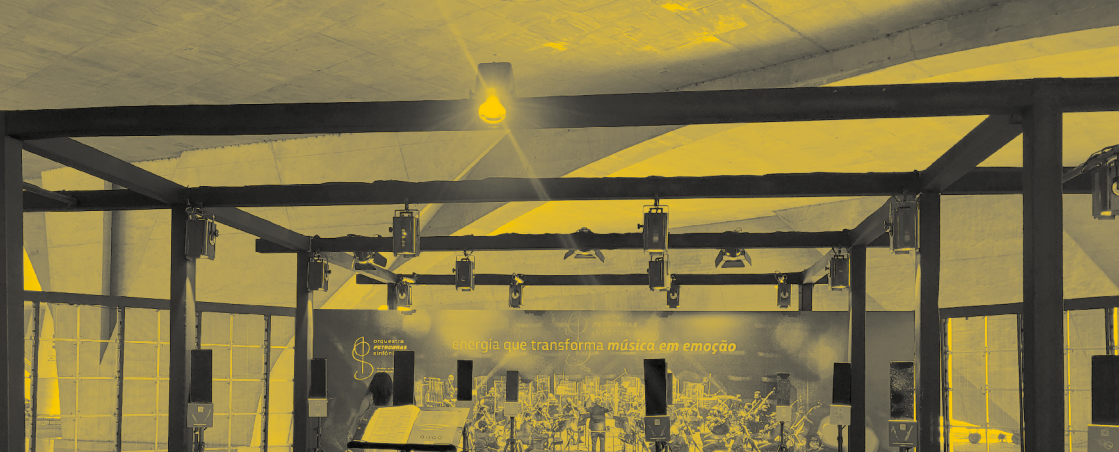
veículo elétrico de pouso e decolagem vertical, por meio de vídeos e *mockup* do projeto, o *stand* aguçou a curiosidade do público.

Assim como o *lounge* da Globo, o ambiente da OLX era focado no networking e descanso dos visitantes que estavam no Rio2C. Enquanto no primeiro foram disponibilizados sofás, almofadas e televisões para o público relaxar; o segundo oferecia puffs, cadeiras e gaveteiros para recarregar os celulares. Ambas as marcas possuíam *stands* nos dois andares do festival.

O intuito de todas as atividades interativas encontradas na Festivalia era promover experiências imersivas, conhecer novidades tecnológicas e participar de jogos e simulações. O público era atraído aos *stands*, em geral, por conta da curiosidade, interesse e, em alguns casos, o desejo de ganhar brindes, mas as marcas aproveitavam o momento para falar sobre assuntos importantes como sustentabilidade, tecnologia e inovação. O debate sobre essas pautas também foi realizado durante as palestras, oficinas e *workshops* do Rio2C e, dessa forma, tanto o público, quanto os convidados e patrocinadores saíram satisfeitos do maior evento de criatividade da América Latina.







3

BASTIDORES

Por Mayara Tavares

Com mais de quarenta oficinas realizadas no fim de semana da Festivalia, a equipe por trás do evento teve um grande trabalho quanto à organização. Mesmo com diversas salas oferecidas, o tempo entre uma oficina e outra acabava sendo curto. Por isso, as entrevistas, fotos e conversas com os convidados de cada uma das salas acabavam sendo transferidas para o lado externo dos palcos ou para a sala de imprensa.

Foi possível perceber que a limpeza do evento era uma das principais preocupações, pois sempre havia algum profissional à disposição. Mas os visitantes também cuidavam do espaço, principalmente na área da alimentação, sempre limpando o espaço utilizado e tirando o lixo da mesa. Por ser um espaço grande, a questão da limpeza foi muito bem resolvida. Além disso, o evento contou com diversos banheiros, espaçosos e higienizados, localizados nos dois andares.

Com oito palcos, a organização das salas foi um ponto importante a destacar, pois, por mais curtos que fossem os intervalos - de, aproximadamente, 30 minutos -, os espaços ficavam prontos para receber os convidados e as centenas de jovens ávidos por conhecimento. No entanto, o público não se contentava com o tempo das oficinas e, entre uma e outra, corria para as

portas na expectativa de ter um rápido bate-papo com os profissionais. E não somente eles, como também os inúmeros estudantes, representantes de suas universidades e participantes de projetos, que ali desenvolviam trabalhos, sejam práticos ou teóricos. Do lado de fora, a conversa se densenrovada, entre dúvidas e, também, entrevistas

A Universidade Veiga de Almeida - onde estudo - enviou diversos grupos para registrar o evento. Estiveram presentes a Agência de Comunicação Institucional do curso de Jornalismo, a [AgeCom](#); a agência de notícias, [AgênciaUVA](#); o Núcleo UVA de Fotografia, [NFoto](#); a [Rádio UVA](#) e a [TV UVA](#): todos produzindo trabalhos para os respectivos laboratórios.

Por ter o *networking* como um dos principais atrativos, a Festivalia também contou com a presença de vários famosos; isso explicita a importância do evento para aqueles que trabalham na área da Comunicação, pois, além da extensa gama de conhecimento que é possível adquirir, o contato com profissionais que atuam nas diversas vertentes encontradas na área é capaz de agregar muito para aqueles que estão começando.



É a primeira vez que eu venho no evento e decidi fazer uma pauta aqui. Eu estou fazendo uma matéria para a disciplina de Telejornalismo na faculdade, vi que ia acontecer o evento e me interessei

Grazielly Venâncio, 22 anos

Estudante de Jornalismo















4

CONEXÃO COM O MERCADO

Por Luiz Guilherme Reis

Algumas das marcas registradas na edição de 2022 da Festivalia, durante o Rio2C, invadiram os palcos do evento com painéis, palestras, *workshops* e debates enriquecedores, que aconteceram de forma simultânea ao formato presencial. A Festivalia fez uma conexão entre jovens universitários, ávidos na busca por mais conhecimento e inspirações, e profissionais e empresas da indústria criativa. Ao todo, mais de 200 oficinas, workshops e *masterclasses* foram apresentados ao longo das sessões, que contribuíram para o mapeamento de novos talentos.

O objetivo do evento foi proporcionar e criar uma relação de troca positiva de palestrantes e espectadores durante o festival. O *networking* trouxe diferentes pontos fortes para estimular as pessoas a criarem oportunidades, não apenas esperarem que cheguem até elas; e ajudá-las a saírem da zona de conforto para perder a timidez e o medo de investir o próprio tempo no relacionamento social e profissional.

Quando o assunto é fazer negócios ou estabelecer uma conexão com algum profissional, criar uma rede de contatos profissionais e de relacionamento são ferramentas essenciais para novas perspectivas de trabalho, formação, desenvolvimento do cidadão e conhecimento pelas áreas de interesse. Essas ações incluem diferentes atividades voltadas à carreira e

negócios, oferecendo oportunidades ímpares que juntam conteúdo, reflexões sob causas importantes e entretenimento ao público.

O festival não apenas proporcionou a construção e estreitamento de laços de interação entre público e palestrantes, em especial, para conectar experiências de jovens espectadores com o mundo profissionalizante do mercado de trabalho, como também abriu portas para que esses buscassem a melhor forma de abordagem e postura para início de uma conversa.

No Rio2C, o *networking* se expandiu por diversas áreas, seja como atrações dos *stands* na divulgação de marcas ou por meio exposições para que as empresas exibissem seus produtos e serviços, além de debates e palestras. O propósito era entreter o público e capturar a atenção dos participantes. Em eventos como esse, este mesmo princípio de iniciar um *networking* pôde ser aplicado à visita aos *stands* na construção de uma rede de contatos com os leads.

Essas oportunidades de negócio abriram espaço para o diálogo e a criação de um vínculo harmonioso de contatos, que podem ajudar o crescimento profissional. Para cada assunto tratado nas palestras do evento, uma forma de fazer diferente para conquistar o profissional. O *networking* não se trata apenas de conquistar um contato, mas parte da troca de ideias entre duas pessoas ou mais para se relacionarem de uma forma mútua, de modo que ambas as partes se beneficiem, por meio de interesses e flexibilidade para investir tempo em quem parece ser alinhado a objetivos em comum.

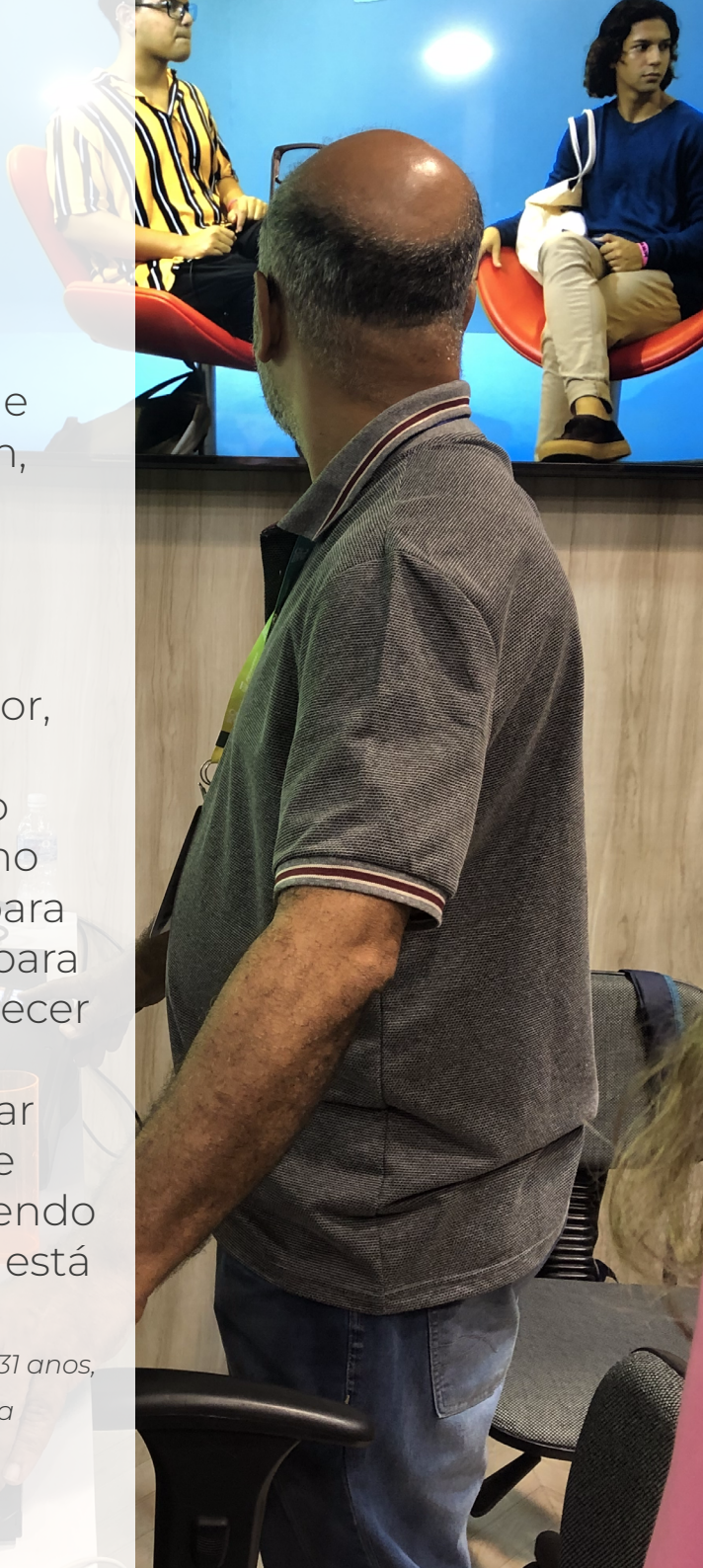
A programação da Festivalia carregou, também, a percepção de que uma boa maneira de começar a criar esses laços é se planejar antes para fazer perguntas relevantes, que tenham sentido sobre o conteúdo abordado durante o bate-papo dos palestrantes.

Todo o dinamismo da troca de informações criada para estabelecer uma rede de relacionamento permitiu atrair a atenção de grandes profissionais do mercado para amplificar e alavancar o sucesso dos jovens. Assim, diversos espaços do Rio2C foram incentivadores para novos talentos, tanto para reflexão, quanto para elaboração de novas metas.



Eu gosto da experiência de eventos assim, acho muito importante para a gente, estudante, empreendedor, todo mundo dessa área no mercado. Acho importante para *networking*, para a gente conhecer mais de um mercado, estar atento ao que está acontecendo e ao que não está acontecendo

*Aryene de Medeiros, 31 anos,
Estudante de Cinema*









COBERTURA DOS LABORATÓRIOS DA UVA NO RIO2C



“Precisamos avançar muito na pauta trans”, dizem Linn da Quebrada e Mariah Rafaela · [Acesse](#)

Opinião: a primeira cobertura ao vivo a gente nunca esquece · [Acesse](#)

“Diálogo é o caminho para a evolução”, diz apresentador do Flow Podcast · [Acesse](#)

Palestra sobre plataformas digitais traz representatividade para o palco StoryVillage, da Rio2C · [Acesse](#)

Fióti, do Laboratório Fantasma, exalta a união do rap com o universo dos games · [Acesse](#)

Penúltimo dia do festival Rio2C é marcado por podcasts e humor · [Acesse](#)

No último dia da Rio2C, diversidade e tecnologia foram protagonistas · [Acesse](#)

Porta dos Fundos é destaque no Festival Rio2C · [Acesse](#)



[Acesse](#)



UNIVERSIDADE VEIGA DE ALMEIDA

Curso de Publicidade e Propaganda e Jornalismo

Reitoria
Profa. Beatriz Balena

Pró-reitoria de Graduação
Profa. Larissa de Carvalho Alves

Direção de Pós-graduação, Pesquisa, Extensão e Inovação
Prof. Carlos Eduardo Canejo

Direção Acadêmica
Ana Paula Pinto de Souza

Coordenação de Publicidade e Propaganda
Profa. Ediana Avelar

Coordenação adjunta de Publicidade e Propaganda e da AgeCom
Profa. Érica Ribeiro

Coordenação de Jornalismo e do NFoto
Prof. Altayr Derossi

