

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DA LICENCIATURA EM
EDUCOMUNICAÇÃO - TCC - NORMAS E PROCEDIMENTOS
PRODUÇÃO MIDIÁTICA - 2023**

Detalhamento sobre procedimentos e normas para a realização do
Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da
Licenciatura em Educomunicação na modalidade
PRODUÇÃO MIDIÁTICA.

O Conselho de Coordenação de Curso da Licenciatura em Educomunicação (CoC), curso do Departamento de Comunicações e Artes (CCA) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, usando de suas atribuições legais, e apoiado no *Regimento do Trabalho de Conclusão do Curso*, atualizado em dezembro de 2022, resolve baixar as normas que detalham procedimentos para a realização do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da Licenciatura em Educomunicação, na modalidade PRODUÇÃO MIDIÁTICA.

Condições preliminares:

1) Conforme inciso primeiro do Artigo 2o.do Regimento de Trabalho de Conclusão de Curso da Licenciatura em Educomunicação, no final do 7º semestre letivo, na disciplina Procedimentos de Pesquisa em Educomunicação, o/a(s) discente(s) entregará(ão) o pré-projeto do TCC e indicará(ão) até três professores(as) orientadores(as);

2) Na inscrição, deverá ser informado o tipo de TCC a ser elaborado dentre os possíveis três categorias indicadas no referido Regimento: 1) Um trabalho individual de conclusão de curso, com **monografia**, ou 2) Uma **produção midiática** (vídeo, podcast, website, programa de rádio e/ou outros formatos possíveis) ou artística, em grupo de até três discentes, e que reflita a perspectiva educacional, junto com **memorial descritivo**, ou 3) um projeto de **intervenção Educomunicação**, em grupo de até três discentes, junto com **memorial descritivo**.

Abaixo apresentamos o padrão que o relatório técnico do TCC na modalidade **projeto de Produção Midiática deve seguir**:

1. APRESENTAÇÃO

- Título do projeto: traduzir, de forma sintética, o tema central do projeto proposto;
- Nome completo e nº USP dos integrantes do grupo;
- Identificação: Projeto de Produção Midiática - Licenciatura em Educomunicação ECA/USP;
- Breve descrição sobre o projeto: tema, objeto e justificativa (até quatro parágrafos ou 150 palavras).
- De três a cinco palavras-chave para indexação do projeto.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DA LICENCIATURA EM EDUCOMUNICAÇÃO - TCC - NORMAS E PROCEDIMENTOS PRODUÇÃO MIDIÁTICA - 2023

2. CENÁRIO –CONTEXTO

- Indique o **objeto e os objetivos** do Projeto de Produção Midiática: situação, produto cultural, práticas sociais e/ou culturais, vivências educacionais, problema a ser enfrentado, história de vidas coletivas etc;
- Descreva as **características** sociais, culturais, econômicas e políticas do sujeitos da intervenção com o qual o projeto irá trabalhar;
- Enumere qualidades/características da realidade e dos processos necessários para a **execução do Projeto da Produção Midiática**, e como pretende promover a execução do projeto;
- Indique referencial teórico-prático e específico utilizado para a elaboração, execução e avaliação sobre o Projeto da Produção Midiática.

3. JUSTIFICATIVA

- Justificativa deve ser feita em dois aspectos: (1) Importância, que objeto/demanda demonstra "per se", isto é, um problema agudo ou uma causa relevante e atual. e (2) Pertinência, em que se aponta a vinculação da proposta com o escopo da Licenciatura em Educomunicação, da ECA, da USP,
- Por que essa produção midiática deve ser realizada? Por que ela necessita de apoio?
- Qual o formato e a linguagens escolhidos para a produção midiática? Por que eles são os mais adequados diante das metas e resultados esperados? ● Demonstrar que a produção midiática proposta está relacionada a algum problema social relevante e como a abordagem educacional dela poderá contribuir para sua superação;
- Destacar os benefícios que trará aos envolvidos em sua execução;
- Ressaltar a qualificação e o papel estratégico (importante ou fundamental) do projeto da Produção Midiática, ressaltando as relações com princípios e fundamentos da Educomunicação;
- A proposta deve informar também se há interesse e viabilidade em realizar articulações institucionais para a execução do projeto. Se sim, como e com quais instituições?

4. SUJEITOS ATENDIDOS:

- Descreva o público que será diretamente atendido e beneficiado pelo projeto. A indicação precisa do público alvo facilita o estabelecimento de linguagens e métodos adequados para atingir os objetivos propostos; e é importante considerar e explicitar no projeto a abordagem educacional (fazer com, não fazer para). Assim, deve se levar em consideração também as características do público participante, como a faixa etária, o grupo social, dentre outros aspectos;
- A delimitação do público-alvo deve ser coerente com as metas e resultados almejados, podendo haver, se for o caso, a indicação de beneficiários indiretamente atingidos pelo projeto;

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DA LICENCIATURA EM EDUCOMUNICAÇÃO - TCC - NORMAS E PROCEDIMENTOS PRODUÇÃO MIDIÁTICA - 2023

- Informe os canais e estratégias para divulgação e circulação da produção midiática.

5. OBJETIVO GERAL

Focaliza e sintetiza a transformação que se pretende promover na situação enfrentada pelas ações do projeto. Os objetivos devem refletir os propósitos do projeto e antever os resultados esperados ao final de sua execução. Portanto, sua descrição deve ser clara e realista. Além disso, o objetivo deve ser passível de ser alcançado por meio das metas e atividades propostas no projeto, sempre mantendo coerência com a justificativa.

Os objetivos, gerais ou específicos, são de natureza qualitativa (não quantitativa) e a avaliação deve ser baseada em critérios objetivos tais como "Alcançado na íntegra", "Alcançado em parte" e "Não-alcançado".

6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

São detalhamentos do objetivo geral. Devem ser tangíveis e concretos, bem delimitados e passíveis de serem verificados. São alcançados por meio das atividades desenvolvidas a médio e curto prazo e devem ter uma clara correspondência com os resultados esperados.

Exemplos: produzir documentário sobre movimentos sociais, produzir um canal em plataforma de vídeo como Youtube, Vimeo ou similar, sobre comunicação e educação, contribuir para a produção da série de podcast do NCE/USP.

7. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

Estrutura do sistema de monitoramento e avaliação:

- Metas – que devem ser mensuráveis e verificáveis. Por exemplo: produzir quatro curtas-metragens em seis meses de execução; formar um público de pelo menos trinta participantes de uma oficina de podcast com frequência mínima de 70% aos encontros.
- Resultados – os resultados se referenciam primeiramente na verificação do cumprimento das metas estabelecidas bem como na apresentação da(s) produção(ões) finalizadas. Também podem ser considerados como resultados dados oriundos da aferição via questionário ou recolha de depoimentos dos envolvidos nas atividades de produção, desde que observem uma metodologia consistente.
- Indicadores – ver item “8”.
- Meios de verificação – sugere-se antes de tudo, criar e alimentar um registro das atividades na forma de um diário de bordo (físico ou digital) a ser disponibilizado como anexo digital (ou por meio de link) e incorporado ao memorial descritivo. A organização sistemática, precisão, diversidade e verificabilidade das informações compartilhadas no registro se constituirão em critérios básicos para os avaliadores do TCC.

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DA LICENCIATURA EM
EDUCOMUNICAÇÃO - TCC - NORMAS E PROCEDIMENTOS
PRODUÇÃO MIDIÁTICA - 2023**

8. INDICADORES DE RESULTADOS

● O indicador é uma “marca” ou sinalizador, que busca expressar algum aspecto da realidade sob uma forma que possamos observá-lo ou mensurá-lo . Uma forma de avaliação também conhecida como “indicadores como meta” (versão comum em projetos) é a rubrica. Ela consiste em estabelecer de antemão os parâmetros (qualitativos e/ou quantitativos) que vão indicar em que medida os objetivos do produto midiático foram ou “não alcançados.”

9. METODOLOGIA

- Descrever de que maneira as ações serão implementadas (como?), com procedimentos e métodos de trabalho (rotinas);
- Deixar claras as ações, atividades, os prazos e responsáveis;
- São exemplos de tipos de produtos midiáticos: ebooks, áudio e videobooks, sites, Blogs, aplicativos, perfis sociais virtuais, podcasts, produções multimidiáticas, festivais, mostras e apresentações artísticas, jogos físicos, games digitais e objetos de aprendizagem, entre outros;
- Indique os referenciais teóricos (ideias e conceitos considerados importantes, que contribuem para nortear a prática do projeto) e os métodos a serem utilizados para alcançar os objetivos específicos propostos;
- Descreva de forma lógica e sequencial as técnicas, instrumentos e recursos que serão utilizados. Aponte a razão da escolha de determinada técnica e a forma como ela será empregada;

10. ESTRATÉGIAS: ELEMENTOS QUE QUALIFICAM E LEGITIMAM AS AÇÕES

1. Estratégias de Articulação e Ação: organização de equipe, estabelecimento de uma rede de colaboradores, elaboração de um checklist de tarefas e necessidades, definição de Organograma e Cronograma.
2. Estratégia indicação – ponte – captação de recursos e apoios.
3. Interação com as Políticas Públicas: mencionando marcos legais e outros documentos — editais, programas, orientações curriculares — com os quais a proposta se conecta.
4. Comunicação: apresentação da proposta, divulgação pública e apresentação de seus resultados finais.
5. Promoção de Parcerias: prospecção e mapeamento de possíveis parceiros e instituições vinculados ao projeto.
6. Participação da Comunidade: a qual pode ser representada por um grupo regionalizado — cidade, bairro, aldeia — ou institucional — escola, OSC, departamento universitário, órgão de classe e similares.
7. Sustentabilidade;
8. Replicabilidade: possibilidade concreta de utilizar a expertise desenvolvida no projeto em outros contextos.

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DA LICENCIATURA EM
 EDUCOMUNICAÇÃO - TCC - NORMAS E PROCEDIMENTOS
 PRODUÇÃO MIDIÁTICA - 2023**

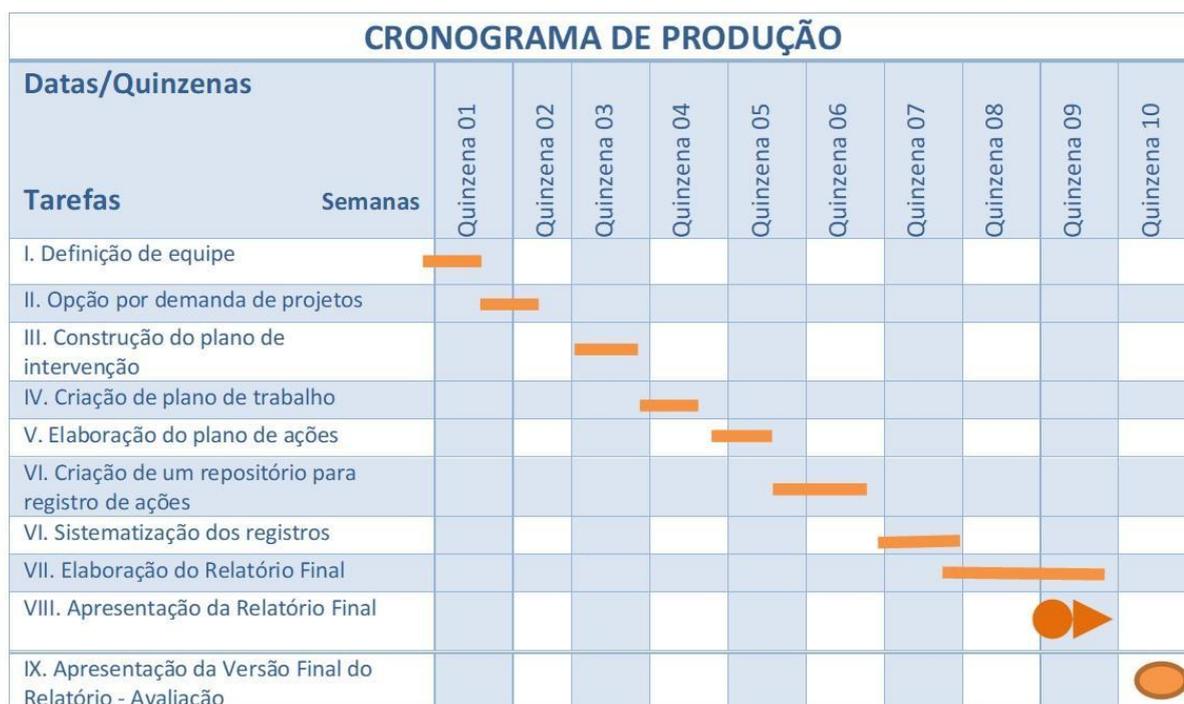
11. PLANO DE MÍDIA E CONTRAPARTIDAS

- Onde será disponibilizado o logo do(s) apoiador(es) e instituições parceiras do projeto (quando for o caso);
- Estratégia de Comunicação Integrada.
- Clipping com a repercussão da produção midiática, expressas em número de visualizações, likes e comentários.
- Mídias criadas e/ou utilizadas para divulgação da produção midiática, como: Site, Instagram, Facebook, LinkedIn, Rádio, TV etc.

12. RECURSOS E RECURSOS

- RECURSOS NECESSÁRIO - indicar os recursos necessários estimados e os recursos de contrapartida, originários da entidade executora - o curso de Licenciatura em Educomunicação e a estrutura e serviços do Departamento de Comunicações e Artes (CCA) da ECA/USP, e outros apoios.

- Modelo de Cronograma de Produção Midiática



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DA LICENCIATURA EM
EDUCOMUNICAÇÃO - TCC - NORMAS E PROCEDIMENTOS
PRODUÇÃO MIDIÁTICA - 2023

Após a execução da Produção Midiática, o grupo deverá elaborar **memorial descritivo** conforme modelo e enviá-lo ao docente orientador(a). Com a sua aprovação, o grupo deverá apresentar a produção midiática e aspectos sobre sua execução e resultados a uma banca avaliadora, de acordo com o que está indicado no Regimento do Trabalho de Conclusão de Curso da Licenciatura em Educomunicação.

Sempre que o formato da produção midiática permitir, além do **memorial descritivo**, é preciso enviar à banca e, posteriormente, à Biblioteca da ECA, uma versão digital da mesma (em mídia física).

Caso a banca recomende revisões na produção midiática e/ou no **memorial descritivo** as mesmas deverão ser realizadas em até 30 dias após a defesa e estarem incorporadas à versão final da cópia da produção midiática e do relatório de intervenção entregues para a Biblioteca da ECA/USP, sob pena de o/a(s) discente(s) terem cancelada a nota final atribuída ao TCC.