

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO
CURSO DE JORNALISMO

Lucas Souza da Hora

JORNALISMO UFSC NA REDE:

Portal de divulgação e acervo do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa
Catarina

Florianópolis

2024

Lucas Souza da Hora

JORNALISMO UFSC NA REDE:

Portal de divulgação e acervo do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa
Catarina

RELATÓRIO TÉCNICO

do Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em
Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina
como requisito para a obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo.

Disciplina JOR 6803 - Trabalho de Conclusão de Curso,
professora Melina de la Barrera Ayres

Orientador: Profa. Dra. Stefanie Carlan da Silveira

Florianópolis

2024

Ficha de identificação da obra

Hora, Lucas Souza da
JORNALISMO UFSC NA REDE : Portal de divulgação e acervo
do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa
Catarina / Lucas Souza da Hora ; orientadora, Stefanie
Carlan da Silveira, 2024.
49 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão, Graduação em Jornalismo,
Florianópolis, 2024.

Inclui referências.

1. Jornalismo. 2. Comunicação Institucional. 3. UFSC.
4. Acervo. I. Silveira, Stefanie Carlan da. II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em
Jornalismo. III. Título.

Lucas Souza da Hora

JORNALISMO UFSC NA REDE:

Portal de acervo do jornalismo acadêmico da Universidade Federal de Santa Catarina

Este Trabalho Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de “Bacharel em Jornalismo” e aprovado em sua forma final pelo Curso de Jornalismo

Florianópolis, 06 de agosto de 2024.

Prof. Valentina da Silva Nunes, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof.(a) Stefanie Carlan da Silveira, Dr.(a)
Orientador(a)
Instituição Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.(a) Rita de Cássia Romeiro Paulino, Dr.(a)
Avaliador(a)
Instituição Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.(a) Valentina da Silva Nunes, Dr.(a)
Avaliador(a)
Instituição Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer à minha família, sobretudo meu pai Cláudio, minha mãe Carla e meu irmão Matheus, por me apoiarem até aqui. Tive decisões difíceis de desistir de outros cursos de ensino superior e se, hoje estou conseguindo entregar este trabalho e ficar mais próximo da formatura, isso deve-se em grande parte graças ao apoio deles.

Quero também dedicar um agradecimento especial para todos os professores que tive contato no curso. Cada um me ensinou coisas para a vida, e não só no aspecto da teoria. Falando ainda de professores, gostaria de dedicar especialmente um agradecimento à professora Stefanie, que me orientou e colaborou no resultado deste trabalho, e que também me ouviu muito reclamar que as coisas estavam difíceis. E também para a professora Melina, que neste semestre difícil, com direito a greve, correu atrás de tudo para nos ajudar.

Por fim, gostaria de agradecer todos os meus colegas de curso que fizeram parte da minha trajetória e que transformaram o ambiente da faculdade em mais agradável pela companhia e amizade. Muito obrigado ao William, um dos meus melhores amigos, por ter me acompanhado em praticamente metade dos trabalhos de toda a graduação. Aos meus amigos do grupo “Jornalismo sem censura”, que sempre estiveram ali comigo conversando bobagens e coisas sérias quando o calo apertava e a gente precisava entregar algum trabalho e a todos os outros que contribuíram com a produção do JOR na Rede, direta e indiretamente.

E não tem como não agradecer ao Dalton, o maior herói do curso. Obrigado por sempre dar um jeito nas coisas para a gente.

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo oferecer um produto institucional ao Departamento de jornalismo da UFSC, que se desdobra em um site que possui o propósito de divulgar o Curso e as produções acadêmicas do curso de graduação, além de abordar brevemente sobre fatores que reforçam o compromisso acadêmico e pedagógico do curso. Com tantos projetos de extensão e pesquisa existentes, muitas produções de qualidade podem cair no esquecimento pela falta de um repositório que una todos os trabalhos. Apesar de atualmente existirem repositórios, as produções estão espalhadas em diferentes locais. Temos como exemplo os produtos da Rádio Ponto, que possuem diretórios próprios, e o acervo de TCCs que fica num repositório geral, muitas vezes não adequado a produções multimídia. Sendo um trabalho que une os conceitos de comunicação organizacional, jornalismo online e webdesign, a proposta busca um resgate e um trabalho de curadoria sobre os projetos que estão em andamento, a partir da divulgação do tripé formado por pesquisa, ensino e extensão, entrevistando os professores e alunos que ajudaram a criar e a manter os projetos, a fim de também criar um valor para o portal (jornarede.ufsc.br).

Palavras-chave: Comunicação institucional; Jornalismo; UFSC; Acervo.

ABSTRACT

This Course Completion Work aims to offer an institutional product to the UFSC Journalism Department, which unfolds into a website that has the purpose of publicizing the Course and the academic productions of the undergraduate course, in addition to briefly addressing factors that reinforce the academic and pedagogical commitment of the course. With so many existing extension and research projects, many quality productions can fall into oblivion due to the lack of a repository that unites all the work. Although there are currently repositories, productions are spread across different locations. We have as an example the products of Rádio Ponto, which have their own directories, and the collection of TCCs which is kept in a general repository, often not suitable for multimedia productions. Being a work that combines the concepts of organizational communication, online journalism and web design, the proposal seeks to rescue and curate work on the projects that are in progress, based on the dissemination of the tripod formed by research, teaching and extension, interviewing the teachers and students who helped create and maintain the projects, in order to also create value for the portal (jornarede.ufsc.br).

Keywords: Institutional communication; Journalism; UFSC; Archive.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Primeira página encontrada sobre o curso de jornalismo da FURB.....	22
Figura 2 – Segunda página encontrada sobre o curso de jornalismo da FURB.....	23
Figura 3 – Página institucional do curso de jornalismo da UniSul.....	24
Figura 4 – Landing page do curso de jornalismo da UniSul.....	25
Figura 5 – Página institucional do curso de graduação em jornalismo da USP.....	26
Figura 6 – Página “em construção” na seção de laboratórios didáticos.....	28
Figura 7 – Mensagem de “a página solicitada não foi encontrada”.....	28
Figura 8 – Página institucional do curso de bacharelado em jornalismo da UFMG.....	30
Figura 9 – Página institucional da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG sobre o curso de jornalismo	31
Figura 10 – Página institucional do curso de jornalismo, na seção de Projetos de Extensão...34	
Figura 11 – Página institucional do curso de jornalismo, na seção de Laboratórios.....	35
Figura 12 – Fragmento da página inicial do JOR na Rede.....	38
Figura 13 – Comparação entre logo do site institucional e o logo do JOR na Rede.....	39
Figura 14 – Paleta de cores do site JOR na Rede.....	39
Figura 15 – Trecho da página de “Estrutura do Curso”.....	41
Figura 16 – Erro na página “personalizar” do Wordpress.....	43

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
1.1	JUSTIFICATIVA.....	14
1.2	OBJETIVOS.....	15
1.2.1	Objetivo Geral.....	15
1.2.2	Objetivos Específicos.....	15
2	MEMORIAL DESCRITIVO.....	15
2.1	EXPOSIÇÃO DO TEMA OU MATÉRIA.....	15
2.2	Perfil Editorial.....	17
2.2.1	Apresentação.....	17
2.2.2	Público-alvo.....	18
2.2.2.1	<i>Futuros estudantes de jornalismo da UFSC.....</i>	<i>18</i>
2.2.2.2	<i>Alunos do Curso de Jornalismo da UFSC.....</i>	<i>18</i>
2.2.2.3	<i>Comunidade acadêmica da UFSC.....</i>	<i>19</i>
2.2.3	Conteúdo editorial.....	19
2.2.3.1	<i>Página inicial.....</i>	<i>19</i>
2.2.3.2	<i>Tripé.....</i>	<i>20</i>
2.2.3.3	<i>Estrutura do curso.....</i>	<i>20</i>
2.2.3.4	<i>Trabalhos Premiados.....</i>	<i>20</i>
2.2.3.5	<i>Egressos notáveis.....</i>	<i>20</i>
2.2.3.6	<i>Sobre o Jor UFSC.....</i>	<i>21</i>
2.2.3.7	<i>Organizações Estudantis.....</i>	<i>21</i>
2.2.3.8	<i>Sobre o JOR na Rede UFSC.....</i>	<i>21</i>
2.3	Pesquisa editorial de concorrentes.....	21
2.3.1	Fundação Universidade Regional de Blumenau (FURB).....	21
2.3.1.1	<i>Descrição.....</i>	<i>22</i>

2.3.1.2	<i>Site</i>	22
2.3.1.3	<i>Análise geral</i>	23
2.3.2	Universidade do Sul de Santa Catarina (UniSul)	23
2.3.2.1	<i>Descrição</i>	24
2.3.2.2	<i>Site</i>	24
2.3.2.3	<i>Análise geral</i>	25
2.3.3	Universidade de São Paulo (USP)	25
2.3.3.1	<i>Descrição</i>	25
2.3.3.2	<i>Site</i>	26
2.3.3.3	<i>Análise geral</i>	27
2.3.4	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	28
2.3.4.1	<i>Descrição</i>	28
2.3.4.2	<i>Site</i>	29
2.3.4.3	<i>Análise geral</i>	31
2.4	Site institucional do curso de jornalismo da UFSC.....	31
2.4.1	Introdução	31
2.4.1.1	<i>Strenghts (Forças)</i>	32
2.4.1.2	<i>Weaknesses (Fraquezas)</i>	33
2.4.1.3	<i>Opportunities (Oportunidades)</i>	35
2.4.1.4	<i>Threats (Ameaças)</i>	36
2.5	Relatório de produção.....	37
2.5.1	Descrição da produção	37
2.5.1.1	<i>Produção do site</i>	37
2.5.1.2	<i>Produção do conteúdo</i>	40
2.5.1.3	<i>Orçamento necessário</i>	41
2.5.1.4	<i>Dificuldades enfrentadas</i>	42
3	CONSIDERAÇÕES FINAIS	43

4	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	44
5	ANEXO A – FICHA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO.....	48
6	ANEXO B – DECLARAÇÃO DE AUTORIA E ORIGINALIDADE.....	49

1 INTRODUÇÃO

Os meios tradicionais de consumir jornalismo, como a televisão, o rádio e os jornais impressos, foram, por muito tempo, a principal fonte de informação para a população. Cada mídia diretamente relacionada à experiência de consumo do leitor. Os jornais, revistas e material impresso, a leitura; os programas de rádio, a audição e a televisão, a possibilidade da união de imagens e sons através do vídeo. No entanto, com o avanço da tecnologia e a popularização da internet, esses meios vêm perdendo espaço para as plataformas digitais. Isso porque a área do jornalismo tem experimentado uma transformação significativa. “No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia” (JENKINS, 2009. p. 29). A convergência das mídias tem impactado definitivamente a forma de se fazer jornalismo.

A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema — interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível — muda de forma fundamental o caráter da comunicação. (CASTELLS, 1999. p. 414).

Consequentemente, um modo de fazer jornalismo convergente, além de causar alterações na circulação de notícias, também gera mudanças nos hábitos de consumir notícias. Isso tudo está diretamente relacionado com um maior acesso do público às mídias digitais. São inúmeras as pesquisas que mostram a "invasão" dos dispositivos digitais nas casas dos brasileiros. Em pesquisa divulgada em maio de 2023, a Fundação Getúlio Vargas indicou uma projeção de dois dispositivos digitais por habitante no país. Já a pesquisa TIC Domicílios, também de 2023, apontou que 84% dos lares brasileiros possuem acesso à internet. “O público desempenha, então, um papel ainda mais importante para a configuração do jornalismo atual, pois é a partir dele — e de seu novo comportamento e dimensão — que a atividade jornalística se reorganiza” (FLORES, 2019, p. 26). Desse modo, a audiência torna-se muito mais participativa do processo jornalístico.

Todas as alterações descritas acima encaminham o jornalismo para uma realidade que já pode ser observada desde a última década: a plataformação, que pode ser entendida como “a penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas em diferentes setores econômicos e esferas da vida” (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020, p. 5). Isto significa que plataformas como Google, Meta (a soma das redes Facebook e Instagram), X (anteriormente Twitter) conseguem exercer influência na opinião pública de diferentes setores da sociedade a partir do momento em que são capazes de determinar quais informações e conteúdos serão distribuídos para os usuários via algoritmos

(conjunto de regras para um programa de computador exercer suas funções, criadas a partir de sequências matemáticas lógicas que desempenham uma função impossível de ser realizada por humanos em um curto espaço de tempo).

Diante desse cenário, o ensino de jornalismo nas universidades, mais especificamente o da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), tende a seguir o ritmo dessas mudanças, preparando os futuros profissionais para enfrentar os desafios de um jornalismo cada vez mais plataformizado. Nesse contexto, os cursos de jornalismo passam a oferecer disciplinas que convergem em um jornalismo digital, cujos trabalhos e produções são disponibilizadas de forma online por meio de diferentes canais.

Entretanto, é importante também pensar na estratégia dessa disponibilização. O público-alvo destes trabalhos criados no Curso estão de fato consumindo essas produções? O processo de plataformização não alterou apenas o modo de se fazer o jornalismo, mas também como divulgá-lo.

O poder que a comunicação, em suas mais variadas vertentes e tipologias, bem como os meios massivos tradicionais e as mídias sociais da era digital exercem na sociedade contemporânea é uma realidade incontestável. Nesse sentido, a comunicação precisa ser considerada como processo social básico e como um fenômeno, e não apenas como transmissão de informações. (KUNSCH, 2018, p. 14).

Sendo assim, mais do que apenas armazenar os trabalhos realizados no curso no ambiente digital, é importante que haja um propósito bem estabelecido na divulgação desses conteúdos, para que a comunicação seja de fato estratégica e consiga prestar seu serviço de atingir e levar informações para a comunidade. Uma comunicação mais estratégica e adaptada às demandas do espaço digital não apenas pode colaborar na facilidade de acesso ao que é feito na faculdade, mas também na própria atração de futuros estudantes.

As pessoas que se comunicam entre si, por meio de processos interativos, viabilizam o sistema funcional para sobrevivência e consecução dos objetivos organizacionais em um contexto de diversidades, conflitos e transações complexas sob os impactos provocados pela revolução digital. Consequentemente, o modo de produzir e de veicular as mensagens institucionais também passa por profundas transformações. Essa nova dinâmica de processamento de informações e da comunicação na era digital altera completamente as formas de relacionamentos e o modo de produzir a comunicação. Tudo isso provoca profundas transformações no ambiente organizacional e coloca em xeque a visão e a classificação tradicional de ver a comunicação tão somente como transmissão de informações e como simples fator estratégico para alavancar negócios. (KUNSCH, 2018, p. 17).

Este trabalho possui como propósito principal a criação de um site institucional que reúna os projetos acadêmicos em andamento no Curso de Jornalismo da UFSC. Este site deve complementar o conteúdo organizacional existente sobre faculdade, que atualmente carece de descrição detalhada por razões que serão abordadas na análise diagnóstica, mais à frente. A

proposta é trazer um complemento ao site oficial institucional do curso, e não de ser um concorrente. Com o produto proposto, seria possível apresentar o “universo do jornalismo UFSC” de forma rápida, simplificada e mesmo assim eficiente e atrativa em situações de apresentações institucionais para possíveis estudantes futuros, como em eventos de feiras de cursos.

A criação de uma plataforma que reúna os principais projetos dos acadêmicos durante a sua passagem pela universidade e que explore mais a estrutura do curso é importante não apenas para melhorar a experiência dos usuários que querem acompanhar o que a UFSC tem produzido em termos de jornalismo, mas também para criar um acervo digital que possa registrar a história do curso de forma que facilite o encontro dos canais de cada projeto em um lugar só.

1.1 JUSTIFICATIVA

Durante todo o meu período de graduação, que começou no ano de 2020, no início da pandemia de COVID-19, tenho me relacionado com a tecnologia aplicada ao jornalismo. Sempre que havia a oportunidade, eu buscava produzir trabalhos como *papers* e artigos sobre jornalismo de dados, pois sempre me encantou a ideia de unir o jornalismo com a tecnologia e a automação. Isso não é mais o futuro da profissão — já é uma realidade.

Ao mesmo tempo, em alguns momentos ficava frustrado com algumas dinâmicas que eu conseguia enxergar no currículo da graduação: apesar de existente, ainda temos pouca aproximação com o ensino de jornalismo atrelado a (nem tão) novas tecnologias no atual modelo de ensino. Ou então, o ensino restringia-se apenas para a parte teórica, tendo pouca oportunidade para desenvolver a prática nestes quesitos.

Além disso, muitos dos trabalhos que produzimos para o curso são disponibilizados sempre em locais diferentes. Existem muitas contas de e-mail, Instagram, Wordpress, Medium criados sem haver o cuidado sobre a organização e o registro histórico das produções acadêmicas. Hoje, estando no final da graduação, enfrento dificuldades ao pesquisar trabalhos produzidos nas fases iniciais do curso. Outro fator que também sinaliza esses problemas de trato com o que é produzido pode ser observado ao analisar os repositórios de TCCs da UFSC, é difícil até mesmo encontrar tal repositório pesquisando em buscadores como o Google.

Quando passei a fazer parte do mercado de trabalho, enquanto estagiário, essa visão ficou ainda mais evidente. A sensação é que, dentro do curso, aprendemos a criar conteúdo jornalístico de qualidade, entretanto não aprendemos a gerir essa grande quantidade de

material. E, como evidenciado neste relatório, o problema não é só em relação à formação profissional do aluno, mas também prejudica a própria instituição de ensino, que acaba perdendo a oportunidade de se ter uma “vitrine” para exibir sua contribuição à sociedade. A ausência deste acervo também pode frear o potencial de projetos sugeridos pelos docentes, que poderiam realizar um ensino integrado entre as disciplinas das fases vigentes e das anteriores, como por exemplo promover trabalhos que sirvam como continuação e atualização do que já foi produzido anteriormente poderia ser mais uma ferramenta de ensino. Mas, como essa proposição poderia ser feita se não há um lugar que aloque os trabalhos antigos de forma fácil e simplificada? A existência de uma plataforma como a sugerida neste Trabalho de Conclusão de Curso pode ajudar a preencher lacunas na divulgação do curso, sempre citado entre os melhores do país.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste projeto é a proposição de um produto institucional centrado na criação de uma website que agrupe os projetos acadêmicos em andamento no curso de jornalismo da UFSC, que possa complementar o que já há de existente em termos de conteúdo organizacional da faculdade.

1.2.2 Objetivos Específicos

Para chegar ao objetivo geral, deve-se cumprir cada um dos objetivos específicos, que são: (a) Criar uma site com um *layout* claro e intuitivo; (b) integrar diferentes tipos de produções acadêmicas, englobando o tripé ensino, pesquisa e extensão; (c) apurar dados com os criadores (discentes e docentes) e criar boas descrições dos projetos de extensão do curso; (d) descrever também a estrutura do curso e sua visão pedagógica, sem tornar-se repetitivo com o que já existe de institucional no site oficial.

2 MEMORIAL DESCRITIVO

2.1 EXPOSIÇÃO DO TEMA OU MATÉRIA

Segundo o estudo Digital News Report 2023, realizado pelo Reuters Institute, o índice de confiança na imprensa tem caído ao longo da última década. Em 2015, o índice era de 62%. Em 2023, apenas 43%. Outro importante ponto apontado pela investigação é o índice da

fonte de notícias consumidas. Os resultados são de que, desde 2013 os meios tradicionais de notícia como a mídia televisiva e a imprensa decaíram significativamente ao longo da última década. O consumo de forma online também teve uma queda, embora menor em proporção que os tradicionais. A única exceção é o consumo de notícias via redes sociais, que aumentou em 10% na última década.

Tal cenário torna os veículos jornalísticos reféns das chamadas “Big Techs”, que são as empresas gigantes de tecnologia que exercem comando dos principais produtos do mercado quando se pensa em tecnologia e inovação. Podemos citar o Google e a Meta (antigamente Facebook), que possuem domínio de plataformas conhecidas mundialmente e que praticamente toda empresa jornalística deve levá-las em consideração para se manter economicamente nos dias atuais. Por tudo descrito aqui, o cenário de plataformação do jornalismo é acentuado e pode-se dizer que, atualmente, já é algo consolidado. Ao se levar em consideração que estes sistemas causam a exclusão de atores sociais importantes, como as empresas de jornalismo tradicional, é possível perceber que “Nesse processo, as plataformas alcançam escalas enormes, coexistem e até mesmo suplantam antigas infraestruturas, levando as empresas e instituições desses setores sociais à construção e reorganização dos seus processos segundo a lógica das plataformas” (JURNO, 2020 *apud* PLATIN, 2018, p. 4). Percebe-se que estes algoritmos causam uma desordem no espaço público de debate, com a supressão de importantes agentes de informação.

Além disso, a internet inaugurou a chamada “economia da abundância”, como evidenciada pela Teoria da Cauda Longa, de Chris Anderson (2006). O autor utiliza um conceito de Estatística (a Cauda Longa é uma forma de distribuição em que há uma quantidade enorme de dados e a curva jamais toca no eixo X, isto é, o consumo nunca é igual a zero) para descrever o fato de que na internet há uma infinidade de opções para consumo (inclusive da indústria jornalística) e sempre haverá usuários para consumir os conteúdos.

O grande cerne da questão é que isso também pode ser uma armadilha. Em resumo: com a plataformação, a distribuição de conteúdo é moderada via algoritmização. Isso significa que os veículos jornalísticos precisam ter noção do que e de como publicar nas principais plataformas, para aproveitar que seu conteúdo alcance mais pessoas.

Aliado a essa problemática da plataformação, as instituições de ensino de jornalismo também enfrentam um problema amplo da academia que é a ausência ou a pouca divulgação do que é produzido. Ou então, mesmo que haja essa divulgação, ela é feita de forma desordenada e momentânea. A plataformação por si só já dificulta que os conteúdos produzidos e publicados nesses locais cheguem a um público vasto e diverso.

Isso ocorre também no Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina com a dispersão dos conteúdos criados no curso: muitas contas novas de diferentes plataformas são criadas em todos os semestres, bancos de dados para determinados trabalhos estão desatualizados e não há uma preocupação aparente em unir tudo em apenas um lugar. Dessa forma, o público que irá consumir esses materiais é desestimulado a acompanhar os trabalhos, visto que a experiência do usuário deve ser mais facilitada possível. Com a existência de muitas opções de site e plataformas é difícil prender a audiência.

Uma das consequências de tal fenômeno é o processo de desagregação de notícias, em virtude do acesso – isolado ou por meio de agregadores de conteúdos. São poucos os leitores que destrincham um jornal até encontrar a informação que lhes interessam. Essa tendência compromete a receita das empresas jornalísticas, que entram numa cadeia de audiência e publicidade que privilegia questões comerciais, em prejuízo da qualidade e da autoridade editorial. (FALEIRO, 2021, Online).

Situações de dificuldades e crises como as comentadas podem servir como estímulo para inovações no ramo. Para SPINELLI (2017, p. 65), “O processo de inovação normalmente é implementado para resolver um problema em determinado segmento do mercado e, com a ajuda dos avanços tecnológicos, condiz com a busca de soluções para necessidades sociais”. A autora também reconhece a importância das tecnologias da informação para esse processo.

As Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TICs) promovem mudanças rápidas, dinâmicas e amplificam os ciclos de inovação, que trazem transformações na cadeia de valor do negócio de informação conforme os parâmetros de uma sociedade digitalizada. (SPINELLI, 2017, p.66).

Portanto, o site proposto conversa diretamente com a necessidade de facilitar e melhorar a experiência do usuário durante sua navegação na internet, ao mesmo tempo de evitar que a desagregação de notícias prejudique importantes projetos do Curso de Jornalismo da UFSC. Um local online que facilite esse acesso, realize uma curadoria e indique quais os principais projetos do curso de jornalismo da UFSC e quais os canais para nos mantermos informados sobre eles, pode ser fundamental para a divulgação acadêmica, para atrair novos estudantes e manter os ex e atuais alunos atualizados sobre o que ocorre no curso.

2.2 PERFIL EDITORIAL

2.2.1 Apresentação

O Curso de Jornalismo da UFSC possui uma rica produção acadêmica composta por projetos de pesquisa, ensino e extensão. No entanto, essa produção está dispersa em diferentes plataformas online, dificultando o acesso e a divulgação para a comunidade interna e externa. Além disso, algumas informações do site institucional estão desatualizadas ou incompletas,

como é o caso de alguns links quebrados ou de páginas de laboratórios que, apesar de divulgarem quais laboratórios o curso oferece, não possuem informações sobre equipamentos disponíveis ou fotos das estruturas.

A fim de solucionar esse problema, foi desenvolvido o site Jor na Rede UFSC (jornarede.ufsc.br), que tem como objetivo centralizar e divulgar as produções acadêmicas do curso, além de apresentar os projetos em andamento e os fatores que reforçam o compromisso acadêmico e pedagógico do curso. O Jor na Rede UFSC não é uma concorrência ao site institucional do curso, pelo contrário, serve como um complemento.

2.2.2 Público-alvo

Entender o público-alvo que se configurará nos usuários do site e entender suas necessidades é fundamental. Isso permite criar interfaces intuitivas e fáceis de usar, de acordo com o que tais pessoas buscam encontrar.

O público-alvo escolhido pode ser dividido em três grupos principais:

2.2.2.1 Futuros estudantes de jornalismo da UFSC

Um dos públicos-alvo mais considerados na idealização do Jor na Rede UFSC são pessoas que se interessam por jornalismo e que sobretudo podem vir a se tornar futuros estudantes de graduação. Tais pessoas desejam conhecer e se informar sobre as pesquisas e projetos que estão sendo realizados no curso e entender o que o Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina pode oferecer. Inclusive, pode ser vantajosa a utilização do Jor na Rede UFSC em feiras de cursos ou em outras situações de apresentações institucionais, como em visitas de convidados de iniciativas do curso, como os jovens atendidos pelas disciplinas de jornalismo comunitário.

2.2.2.2 Alunos do Curso de Jornalismo da UFSC

O site é um recurso essencial para os alunos do curso se manterem atualizados sobre as pesquisas, projetos de ensino e extensão que estão sendo realizados no curso. Também pode servir como fonte de inspiração para novos projetos e como ferramenta para auxiliar na pesquisa e na construção de trabalhos acadêmicos.

Além disso, o Jor na Rede UFSC também é relevante para os alunos de pós-graduação, que podem encontrar informações sobre os grupos de pesquisa do curso e entender como articular os seus estudos com os projetos de Ensino e Extensão

2.2.2.3 Comunidade acadêmica da UFSC

O site pode ser interessante para estudantes de outros cursos da universidade que desejam se informar sobre as pesquisas e projetos que estão sendo realizados no curso de Jornalismo. Também é possível pensar no interesse de professores e pesquisadores de outros cursos que desejam colaborar com o Curso de Jornalismo em projetos de Pesquisa, Extensão ou Ensino.

2.2.3 Conteúdo editorial

As seções do Jor na Rede UFSC foram divididas de forma a priorizar a fluidez e a facilidade de navegação. Tendo em vista o público-alvo e entendendo também o interesse de quem acessará o site, a arquitetura da informação do Jor na Rede foi idealizada para simplificar a navegação, para que os usuários cheguem na informação desejada de forma fácil e rápida. Isso porque, devido ao seu caráter de ser uma página complementar e de ser exibida em apresentações institucionais e em feiras de curso, o site precisa apresentar uma usabilidade clara para os usuários.

Como consequência, se as páginas Web terão que ser eficazes, têm que executar a maior parte da sua mágica em um só relance e a melhor forma de fazer isso é criando páginas que sejam claras ou pelo menos auto-explicativas. (KRUG, 2008, p. 19).

Dessa forma, desde a sua *homepage*, buscou-se a criação de um *webdesign* que apresente informações de formas compiladas e direto ao ponto. Isso porque, quanto mais texto que pode não ser tão essencial e necessário assim, mais provável da taxa de rejeição do site, isto é, o número de pessoas que abandonam o site em vez de continuar a navegação em outras páginas, aumentar. É importante se ater ao fato de que "a maioria dos usuários Web não tem tempo para papo furado; eles querem ir direto ao que interessa" (KRUG, 2008. p. 46).

2.2.3.1 Página inicial

Uma *homepage* intuitiva, explicativa e de fácil navegação é essencial para garantir que os usuários encontrem as informações que procuram de forma rápida e eficiente. Esta foi a intenção ao criar uma página que as pessoas já conseguem entender e navegar para seus pontos de interesse imediatamente.

No desenvolvimento da arquitetura da informação, uma das primeiras etapas após analisar os dados do briefing é pensar na página de abertura do site, a home page. Ela deve mostrar ao usuário como navegar pelo site e quais assuntos, produtos ou serviços o usuário irá encontrar. Desse modo, é importante que a home page destaque-se das demais páginas do site. Isso não significa um design totalmente diferente das outras páginas, apenas que algumas informações merecem um

destaque maior, como a logomarca da empresa e os objetivos do site (FERNANDES; VILLEGAS, 2013, p. 4).

Assim como a citação sugere, a *homepage* não necessariamente precisa ter um visual diferente das demais páginas do site, entretanto, é importante que ela tenha informações básicas essenciais para os usuários. Por isso, a página inicial do JOR na Rede consiste em uma introdução à temática do site. De forma clara, ela disponibiliza tudo o que a pessoa encontrará no site, com a navegação direta a partir de fotos e botões clicáveis.

2.2.3.2 *Tripé*

A página chamada Tripé foi criada para introduzir o principal conteúdo do JOR na Rede: os projetos em andamento realizados no curso. Há a introdução com textos curtos e rápidos de cada termo do tripé Ensino, Pesquisa e Extensão, juntamente com os projetos de cada um. Foi criada, também, uma parte para falar sobre as organizações estudantis que não se encaixam nos projetos do tripé.

Para a parte de Ensino, foram usados os projetos do Jornal-Laboratório Zero, da Rádio Ponto UFSC e do Telejornal Conexão UFSC. Para a parte de Pesquisa, foram citados o Nephijor, o Transverso, o Objethos e o #JorConvergente. Para a parte de Extensão, foram citados o Floripa Pin Hole, o Cotidiano UFSC, o Jornalismo e Ação Comunitária (JAC), o Insira a Ficha, o Fora da Bolha e o Bola na Trave.

2.2.3.3 *Estrutura do curso*

Uma página criada para divulgar os laboratórios do curso, um importante diferencial quando comparamos o Curso de Jornalismo da UFSC frente a outras universidades federais. Também há a citação da hemeroteca do curso.

2.2.3.4 *Trabalhos Premiados*

Para quem não conhece as possibilidades do trabalho jornalístico, a página de trabalhos premiados apresenta algumas produções renomadas criadas por estudantes e egressos do curso.

2.2.3.5 *Egressos notáveis*

Para “brilhar os olhos” de quem pensa em estudar na UFSC ou até mesmo de quem está no início do curso, a página de egressos notáveis traz alguns estudantes que passaram pela universidade e que atualmente são rostos comuns no jornalismo brasileiro.

2.2.3.6 *Sobre o Jor UFSC*

Esta página aborda rapidamente sobre o Curso de Jornalismo da UFSC, falando brevemente sobre o projeto pedagógico do curso e sendo uma forma de ajudar os visitantes do site a chegarem nas páginas de egressos e de trabalhos premiados.

2.2.3.7 *Organizações Estudantis*

Apenas páginas que retratam o Ensino, Pesquisa e Extensão não seriam suficientes para apresentar todos os projetos que seriam interessantes para futuros estudantes conhecerem. Por isso, abriu-se essa seção para falar sobre associações feitas por e para estudantes, como o centro acadêmico e a atlética do curso.

2.2.3.8 *Sobre o JOR na Rede UFSC*

Esta página conta a história do projeto JOR na Rede e a trajetória para chegar até o resultado da produção do site. Nela, há uma introdução sobre o tema do TCC, o que motivou a criar o projeto e os objetivos da sua criação, além de uma rápida apresentação do criador do site.

2.3 PESQUISA EDITORIAL DE CONCORRENTES

A pesquisa editorial possui como objetivo analisar outros sites institucionais de Curso de Jornalismo e tirar delas todos os pontos positivos e negativos, para que depois haja uma comparação com o site institucional do Curso de Jornalismo da UFSC. A análise é de suma importância para perceber quais pontos são relevantes de serem inseridos no JOR na Rede.

As instituições escolhidas tiveram como base os seguintes critérios: proximidade geográfica (no caso, estão localizadas no mesmo estado que a UFSC) e qualidade de ensino, selecionando a primeira faculdade que está abaixo da UFSC no ranking¹ dos cursos de comunicação realizado pela Folha de S. Paulo e a única que supera.

2.3.1 **Fundação Universidade Regional de Blumenau (FURB)**

¹ Disponível em: <https://ruf.folha.uol.com.br/2023/ranking-de-cursos/comunicacao/>. Acesso em: 05 jun. 2024.

2.3.1.1 Descrição

A FURB é uma instituição de ensino superior localizada na cidade de Blumenau, no estado de Santa Catarina. Para estudar na FURB, os alunos precisam pagar um valor de matrícula e de mensalidade.

O curso de Jornalismo da FURB oferece disciplinas para aprendizagem de técnicas de apuração jornalística, com aulas práticas de redação de textos para jornais e revistas - tanto impressos quanto digitais, para televisão, rádio e internet. Os estudantes operam equipamentos e softwares de edição de texto, fotografia, áudio e vídeo, produzem reportagens digitais, telejornais, documentários, programas diversos de rádio e televisão, exercitam locução e entrevistas, tornando-se profissionais aptos a atuarem nas mais diversas áreas da Comunicação, em especial o Jornalismo, sempre observando os princípios éticos, morais e legais vigentes. (FURB, 2024, Online).

2.3.1.2 Site

O Curso de Jornalismo da FURB é divulgado essencialmente em duas principais páginas: A primeira, em que dá uma breve apresentação sobre o curso e mostra algumas informações sobre o que os alunos poderão esperar do curso, além de benefícios e diferenciais que a instituição oferece. Na aba lateral, há um menu com outras informações sobre o curso: “Infraestrutura, Intercâmbio, Currículo, Bases Legais, Professores, Mensalidades, Avaliação do Curso, Como ingressar, Programas de apoio ao estudante, Contato e Outras informações”. Todas essas opções, com a exceção de Infraestrutura, abrem *pop ups* com os dados respectivos. Ao clicar em Infraestrutura, o usuário é levado à outra página, com as informações de salas e laboratórios do curso.

Figura 1 – Primeira página encontrada sobre o curso de jornalismo da FURB.

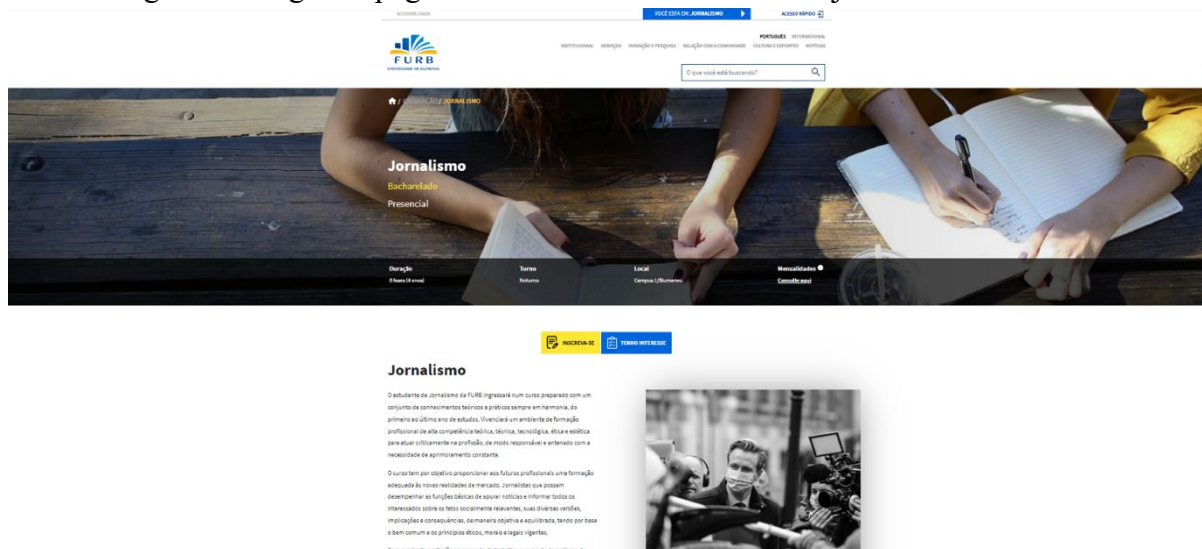


Fonte: Site da FURB (2024)

A segunda, possui uma URL com o diretório indicando para os cursos de graduação. Entretanto, ao analisar seu conteúdo, percebe-se que ele é bem similar à página de

apresentação, inclusive com alguns conteúdos repetidos na íntegra, como em alguns itens na parte de diferenciais e na descrição dos laboratórios, que são as mesmas descrições contidas na página de Infraestrutura citada anteriormente.

Figura 2 – Segunda página encontrada sobre o curso de jornalismo da FURB.



Fonte: Site da FURB (2024)

2.3.1.3 Análise geral

O site de divulgação do curso de jornalismo da FURB possui um design moderno e responsivo, isto é, possui uma boa experiência de navegação tanto na sua versão desktop quanto mobile.

Entretanto, ao analisar o seu conteúdo, percebemos que ele é pouco atrativo. Há sim, informações suficientes para pessoas interessados conhecerem as bases que permeiam o ensino de jornalismo na instituição. Entretanto, a inexistência de conteúdo multimídia sobre o curso é um ponto negativo. Desse modo, não há a disponibilidade de registros fotográficos ou videográficos das instalações da FURB, e sequer depoimentos institucionais de alunos ou professores.

Tampouco há páginas para se informar sobre os acontecimentos do curso. A página de notícias que há no site, engloba todas as notícias da FURB, e não apenas do curso de jornalismo.

2.3.2 Universidade do Sul de Santa Catarina (UniSul)

2.3.2.1 Descrição

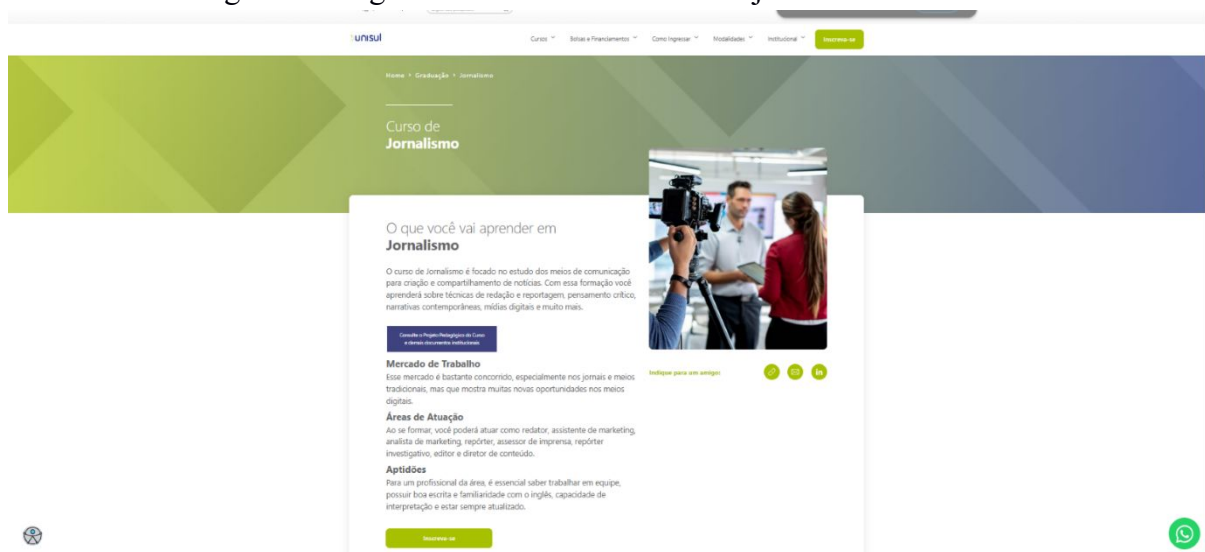
A UniSul é uma instituição privada de ensino superior criada na cidade de Tubarão, em Santa Catarina e está presente nas regiões Sul do estado, na Região Metropolitana da Grande Florianópolis e na cidade de Itajaí.

O curso de Jornalismo é focado no estudo dos meios de comunicação para criação e compartilhamento de notícias. Com essa formação você aprenderá sobre técnicas de redação e reportagem, pensamento crítico, narrativas contemporâneas, mídias digitais e muito mais. (UNISUL, 2024, Online).

2.3.2.2 Site

O site que divulga o curso de jornalismo da UniSul possui menos informações em relação ao site da FURB. As informações sobre a estrutura disponibilizada para o curso são escassas. Há um botão indicando o acesso ao projeto pedagógico do curso e a outros documentos institucionais e podemos visualizar textos curtos explicando sobre o mercado de trabalho, as áreas de atuação e as aptidões que o curso de jornalista proporciona. Também há muitos botões na página chamando para o visitante do site se inscrever no curso.

Figura 3 – Página institucional do curso de jornalismo da UniSul

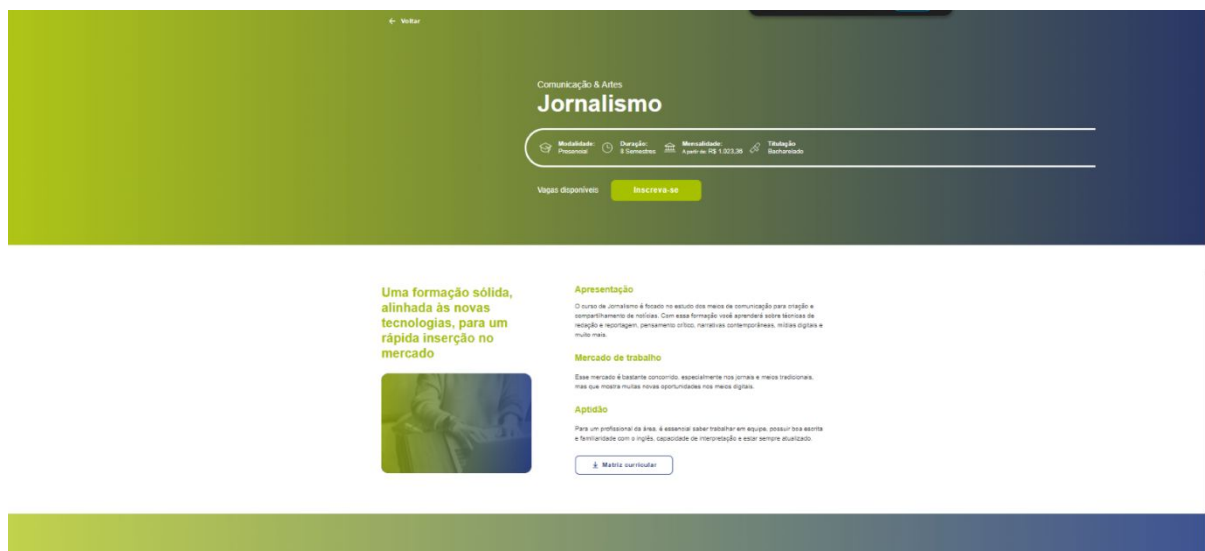


Fonte: Site da UniSul (2024)

Além desta página, foi possível encontrar outras landing pages, páginas criadas com o objetivo de captar possíveis clientes a comprarem um serviço ou um produto. Essas páginas tendem a ser mais curtas e diretas de acordo com o objetivo pretendido. A landing page encontrada possui algumas informações semelhantes à página descrita anteriormente, como a parte de apresentação, mercado de trabalho e aptidão. De adicional, apenas diferenciais da

instituição. Sobre o curso, apenas um botão para o visitante do site baixar a matriz curricular do curso e botões de inscrição, assim como na outra página.

Figura 4 – Landing page do curso de jornalismo da UniSul.



Fonte: Landing Page UniSul (2024)

2.3.2.3 Análise geral

O site de divulgação do curso de jornalismo da UniSul não é suficiente para possíveis interessados em estudar na instituição conhecerem o curso a fundo. Não há fotos sobre a estrutura do curso, nem informações sobre corpo docente, possibilidades de intercâmbio ou os projetos criados no curso. Inclusive, para acessar a documentação sobre o projeto pedagógico, os interessados devem abrir algumas páginas diferentes até conseguir chegar no objetivo final.

A quantidade excessiva de botões de “inscreva-se” deixa a impressão de ser uma página voltada apenas para angariar novos alunos. O contraditório é que, sem uma divulgação eficaz do curso, como as pessoas a estratégia de marketing será eficaz?

2.3.3 Universidade de São Paulo (USP)

2.3.3.1 Descrição

A Universidade de São Paulo (USP) é uma universidade pública e gratuita, localizada no estado de São Paulo. No Ranking Universitário Folha, que separa os avalia os cursos de graduação do Brasil e ranqueia as melhores instituições de ensino superior, classificou em sua edição 2023 o curso de comunicação da USP como o melhor do Brasil, sendo a única universidade que ficou à frente da UFSC.

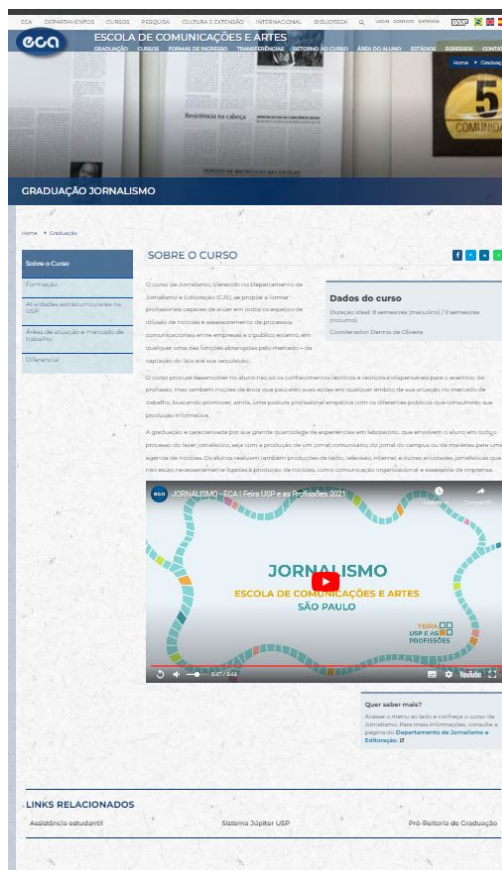
O curso de Jornalismo, oferecido no Departamento de Jornalismo e Editoração (CJE), se propõe a formar profissionais capazes de atuar em todos os espaços de difusão de notícias e assessoramento de processos comunicacionais entre empresas e o público externo, em qualquer uma das funções abrangidas pelo mercado – da captação do fato até sua veiculação. (USP, 2024, Online).

2.3.3.2 Site

O site do curso de jornalismo da USP é ligado ao site da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da instituição, ou seja, não há um site totalmente dedicado ao curso de jornalismo e sim uma página dedicada à ECA que engloba os cursos de artes cênicas, artes visuais, audiovisual, biblioteconomia, editoração, educomunicação, jornalismo, música, publicidade e propaganda e relações públicas.

Cada uma das páginas desse curso é dividida em 4 seções: “Sobre o Curso, Formação, Atividades extracurriculares na USP, Áreas de atuação e mercado de trabalho e Diferencial”. Essas páginas são preenchidas apenas com texto, com exceção da seção “Sobre o curso”, que possui um vídeo com o título JORNALISMO - ECA | Feira USP e as Profissões 2021²

Figura 5 – Página institucional do curso de graduação em jornalismo da USP



Fonte: Site da Escola de Comunicação e Artes da USP (2024)

² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bLFuNncjGwU>. Acesso em: 05 jun. 2024.

Na imagem acima, é possível visualizar um box escrito “Quer saber mais?”, com um link disponível. Ao clicar no link, somos redirecionados a uma página do Departamento de Jornalismo e Editoração. Nesta página, é possível encontrar mais informações sobre o curso, como sua história, seu projeto pedagógico, informações sobre grupos de pesquisa, projetos de extensão e notícias e comunicados.

Um detalhe curioso é que, nessa página, ao clicar na seção de "laboratórios didáticos", somos enviados para uma página com a seguinte mensagem no corpo do texto: "em construção". Um comportamento similar é visto ao clicar na página de periódicos na seção de "Cultura e Extensão". Ao clicar nessa página, somos encaminhados para uma página com os seguintes periódicos: Agência Universitária de Notícias, Notícias do Jardim São Remo, Jornal do Campus e Claro!, Blogs e Sites de projetos especiais. Na tentativa de clicar no site dos três primeiros, somos retornados para uma página com a mensagem "A página solicitada não foi encontrada". Na análise feita, não foi encontrada nenhuma foto em todas as seções, a não ser aquelas que compõem os banners das páginas.

2.3.3.3 *Análise geral*

O site que apresenta o curso de jornalismo da USP possui um design minimalista, de fácil entendimento e navegação. Porém, a página que possui as principais informações sobre o curso (página do departamento) está um pouco escondida. Como citado, na página que descreve curso de jornalismo, há um tímido box com o link para a página do Departamento.

O vídeo inserido na página mais generalista cumpre uma excelente função de apresentar o curso a partir da junção de depoimentos feitos por dois alunos, um ex-aluno, o coordenador do curso e uma docente. No vídeo, há descrições sobre o enfoque da formação em jornalismo na USP, as oportunidades que a USP oferece, como os projetos de extensão e os intercâmbios entre diferentes áreas de conhecimento.

Um ponto negativo de atenção é a falta de descrição da estrutura do curso. Como observado, a parte em que seria possível entender quais as instalações do curso, não retorna nenhuma informação além das palavras “em construção”, como é possível ver no print abaixo.

Figura 6 – Página “em construção” na seção de laboratórios didáticos.



Fonte: Página do Departamento de Jornalismo e Editoração da USP (2024)

Outro comportamento negativo e similar no site é observado ao pesquisar sobre os periódicos do curso. Alguns dos links indicados apontam para uma página com a mensagem “a página solicitada não foi encontrada”.

Figura 7 – Mensagem de “a página solicitada não foi encontrada”



Fonte: Página da Escola de Comunicações e Artes da USP (2024)

2.3.4 Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

2.3.4.1 Descrição

A Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) é uma universidade pública e gratuita, localizada na cidade de Belo Horizonte, no estado de Minas Gerais. No Ranking Universitário Folha, que separa os avalia os cursos de graduação do Brasil e ranqueia as

melhores instituições de ensino superior, classificou em sua edição 2023 o curso de comunicação da UFMG como o terceiro melhor do Brasil, ficando logo abaixo da UFSC.

O curso de Jornalismo valoriza a reflexão em torno da área da Comunicação Social, formando profissionais capazes de atuar no processo de produção da notícia, de maneira a dominar o processo de construção da informação jornalística, da pesquisa e da reportagem; adotar critérios de noticiabilidade conforme públicos e veículos; praticar a pesquisa jornalística e suas variações conforme mídias e veículos; avaliar as implicações éticas e epistemológicas do processo jornalístico de construção da realidade; compreender as relações entre processo jornalístico, vida social, mídias e linguagens. (UFMG, 2024, Online).

2.3.4.2 *Site*

Para navegar nos sites da UFMG e conhecer mais sobre o seu curso de jornalismo, temos duas opções: O site oficial da universidade, em que há um diretório para apresentar os cursos de graduação e, entre eles, o curso de jornalismo e o site da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG (Fafich), em que há um diretório exclusivo para o curso de jornalismo.

Quando olhamos para o site institucional da UFMG, a descrição do curso toda é feita em apenas uma página. Ali, temos informações descritivas e mais generalistas sobre o curso, como a sua descrição e formas de ingresso na UFMG, além do turno, duração do curso, e-mail, estrutura curricular, entre outras informações. Também há uma informação sobre o site do curso, e há um encaminhamento para o site da Fafich.

Figura 8 – Página institucional do curso de bacharelado em jornalismo da UFMG

JORNALISMO

BACHARELADO/FORMAÇÃO LIVRE

Sobre o curso
O curso de Jornalismo valoriza a reflexão em torno da área da Comunicação Social, formando profissionais capazes de atuar no processo de produção da notícia, de maneira a dominar o processo de construção da informação jornalística, da pesquisa e da reportagem; adotar critérios de noticiabilidade conforme públicos e veículos; praticar a pesquisa jornalística e suas variações conforme mídias e veículos; avaliar as implicações éticas e epistemológicas do processo jornalístico de construção da realidade; compreender as relações entre processo jornalístico, vida social, mídias e linguagens.

Nos períodos iniciais, o estudante tem contato com disciplinas introdutórias e, a partir do terceiro período, além das disciplinas de seu percurso, pode transitar pelas de outros cursos da área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda e Relações Públicas - e outras áreas de conhecimento.

Forma de seleção
A seleção para as vagas ocorre por meio do Sistema de Seleção Unificada (Sisu), que utiliza notas do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem).

Dúvidas frequentes
Acompanhe, na página do Sisu UFMG informações atualizadas sobre:
- Vagas
- Reserva de vagas
- Nota de corte
- Perguntas frequentes

Assistência estudantil
Conheça também os programas de assistência estudantil da UFMG, como moradia universitária, bolsas acadêmicas, alimentação e outros.

Unidade: FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
Modalidade: Presencial
Duração (semestre):
Padrão: 8
Máxima: 14
Carga horária (horas):
Obrigatória: 1950
Livre: 60
Opcional: 750
Formação complementar:
Total: 3000
Turno: DIURNO
Colegiado: COLEGIADO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
Coordenador do Colegiado: SÔNIA CALDAS PESSOA
Endereço da coordenação:
Av. Antônio Carlos, FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS - FAFICH, 6627, Pampulha, 31.270-901, Belo Horizonte, MG
Telefone: (31) 3409-5096
E-mail: jornalismo@fafich.ufmg.br
Site: <http://fafich.ufmg.br/jornalismo>

Últimas notícias

Cepe aprova ajustes no calendário escolar de 2024

Professora da UFMG assume presidência da Sociedade Brasileira de Química

Livro descreve encontros de diferentes práticas e mundos

[Ver todas as notícias >](#)

Ítems relacionados

- Formas de ingresso
- Calendário acadêmico
- Unidades acadêmicas
- Admissions & Aid
- Avaliação de cursos
- Apoio à permanência
- Matrícula
- Diploma

Encontre na UFMG

- Eventos
- Buscar pessoas
- Mapas
- Telefones
- Banco de teses e dissertações

Estrutura Curricular

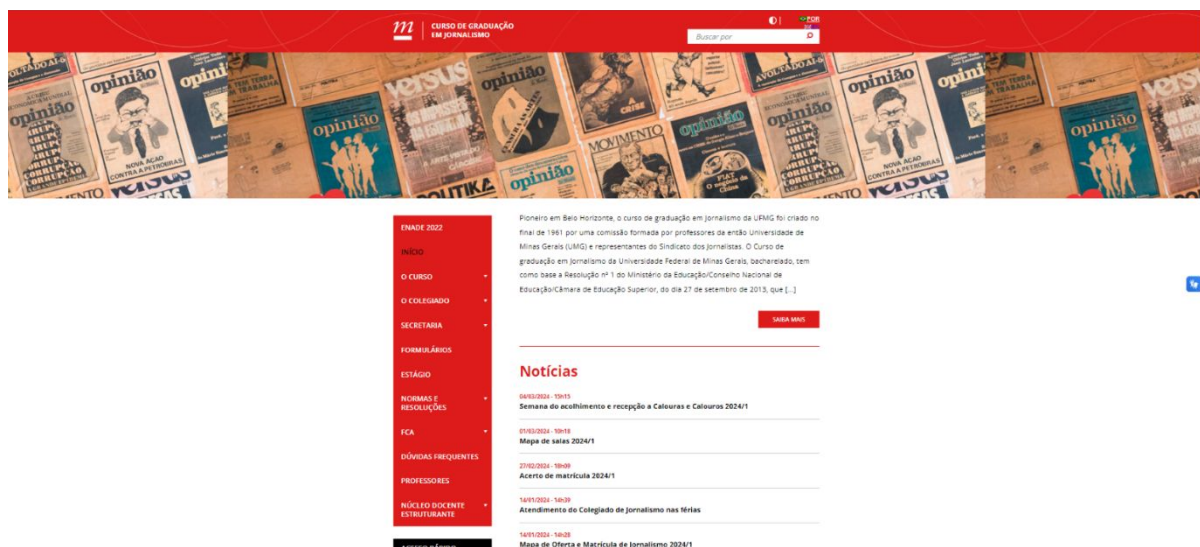
1º período

2º período

Fonte: Site institucional da UFMG (2024)

Ao acessar o site da Fafich, na página específica do Curso de Jornalismo, somos encaminhados para uma página com diversas informações sobre o curso, divididas em seções com páginas diferentes. O menu do site há a seguinte ordem: “ENADE 2022, Início, O Curso, O Colegiado, Secretaria, Formulários, Estágio, Normas e Resoluções, FCA, Dúvidas Frequentes, Professores e Núcleo Docente Estruturante”.

Figura 9 – Página institucional da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG sobre o curso de jornalismo



Fonte: Site institucional da Fafich/UFMG (2024)

2.3.4.3 Análise geral

No geral, os sites do curso de jornalismo da UFMG explicam bem sobre o curso, suas informações mais regimentais e suas especificidades. Também há uma fácil navegabilidade e é possível perceber um webdesign mais minimalista, com poucos elementos. Um ponto de destaque aqui é a disponibilização de notícias relacionadas especificamente ao curso de jornalismo da instituição.

Entretanto, também há alguns pontos negativos a serem observados. Navegando por todo o site do Curso de Jornalismo da Fafich, não foi possível encontrar descrições sobre a estrutura do curso, tampouco fotos ou citações sobre projetos de extensão existentes. Dessa forma, futuros estudantes que estejam interessados sobre a instituição não conseguem ter informações sobre as possibilidades de extensão no curso, e nem sobre quais as instalações presentes na universidade.

2.4 SITE INSTITUCIONAL DO CURSO DE JORNALISMO DA UFSC

2.4.1 Introdução

Como já dito, o objetivo do JOR na Rede não é ser um concorrente ou rivalizar com o site institucional do Curso de Jornalismo da UFSC e sim servir como um complemento. Exatamente por ter esse caráter de complemento, escolheu-se por criar um capítulo neste relatório exclusivo para a análise do site institucional, em vez de unir a análise com a de outras instituições de ensino.

Além disso, a análise aqui realizada será diferente das vistas na seção anterior. A análise (ou matriz) SWOT será realizada para estudar como o site do curso de jornalismo da UFSC e o próprio curso em si se encontram dentro do contexto geral. É importante citar que a pesquisa editorial realizada anteriormente será levada em consideração na nossa análise a seguir. O nome SWOT vem de *S-Strengths* (Forças), *W-Weaknesses* (Fraquezas), *O-Oportunnities* (Oportunidades) e *T-Threats* (Ameaças). Em português, a análise SWOT é conhecida como análise FOFA.

A Análise SWOT é uma ferramenta estratégica da qualidade, criada em 1960 por Albert Humphrey, e composta por 4 áreas: 2 delas são forças e fraquezas e estão relacionadas ao ambiente interno e podem ser controladas pela empresa, as demais são oportunidades e ameaças, porém são de ambiente externo e devido a essa característica, não podem ser controladas pela empresa (LEITE, GASPAROTTO, 2018, p. 185).

Dessa forma, com a matriz SWOT, podemos entender todas as qualidades controláveis dentro de uma organização, ou seja, os fatores internos que as empresas e instituições são capazes de agir e estabelecer melhorias. Ao mesmo modo em que conseguimos analisar as questões externas e incontroláveis, às quais todas as organizações do mesmo setor estão condicionadas (e por isso a pesquisa editorial é tão importante).

Em cada uma das análises dos pontos da matriz, as conclusões também serão utilizadas para balizar os motivos de que o Jor na Rede UFSC pode ser um importante aliado na divulgação do curso de jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.

A capacidade da ferramenta em organizar as informações em uma única matriz, deixa em evidência os pontos positivos e negativos da empresa, mostrando com clareza onde o planejamento estratégico deve agir para evoluir os pontos negativos. Vale destacar também o conhecimento sobre o próprio estabelecimento que ela traz para o empreendedor [...] (LEITE, GASPAROTTO, 2018, p. 186).

2.4.1.1 *Strenghts (Forças)*

A primeira análise a ser realizada é a de forças que o Curso de Jornalismo da UFSC e o seu site possuem.

Força: Representa o que a empresa tem como ponto forte para enfrentar o mercado, os competidores, as dificuldades, entre outras, mas que seja tão distintiva quanto possível em relação aos competidores. É algo que está sob o domínio direto da organização e que pode também ser utilizado para influenciar o ambiente externo. Uma força pode envolver a qualificação da força de trabalho, o nível de gestão, a qualidade dos procedimentos, o portfólio de produtos, a qualidade dos produtos, a estrutura organizacional, a produção científica, a pesquisa aplicada, o desenvolvimento de fornecedores, a carteira de clientes, a base financeira, o acesso ao crédito, a atualização tecnológica, entre outros (FERNANDES, 2015, p. 59, grifo do autor).

Diante da explicação acima, podemos inferir que o Curso de Jornalismo da UFSC se destaca por diversas qualidades que o consolidam na posição do 2º melhor curso de

comunicação do Brasil segundo o Ranking Universitário da Folha. O curso possui uma infraestrutura que proporciona uma boa experiência em disciplinas laboratoriais e práticas para os alunos, um currículo que possui uma formação sólida que equilibra a teoria e prática do jornalismo e um corpo docente qualificado. Todas essas características tornam o curso de jornalismo da UFSC um curso reconhecido no mercado.

Ao pensar no site do curso, vemos que parte dessa qualidade é replicada no site. Tem-se como as principais forças no site, o fato do fácil acesso: não há muitos redirecionamentos para outros sites, como vimos nos casos de UFMG e USP. Outro ponto relevante observar que esse fácil acesso se dá pela concentração das informações: há ali notícias relacionadas apenas ao curso, algo que, na pesquisa editorial, foi possível de observar apenas no site da UFMG, existem informações gerais sobre o curso tudo bem estruturado e separado por seções. Entretanto, há ressalvas, que serão exploradas a seguir.

2.4.1.2 *Weaknesses (Fraquezas)*

O outro fator interno a ser analisado é o das fraquezas da instituição.

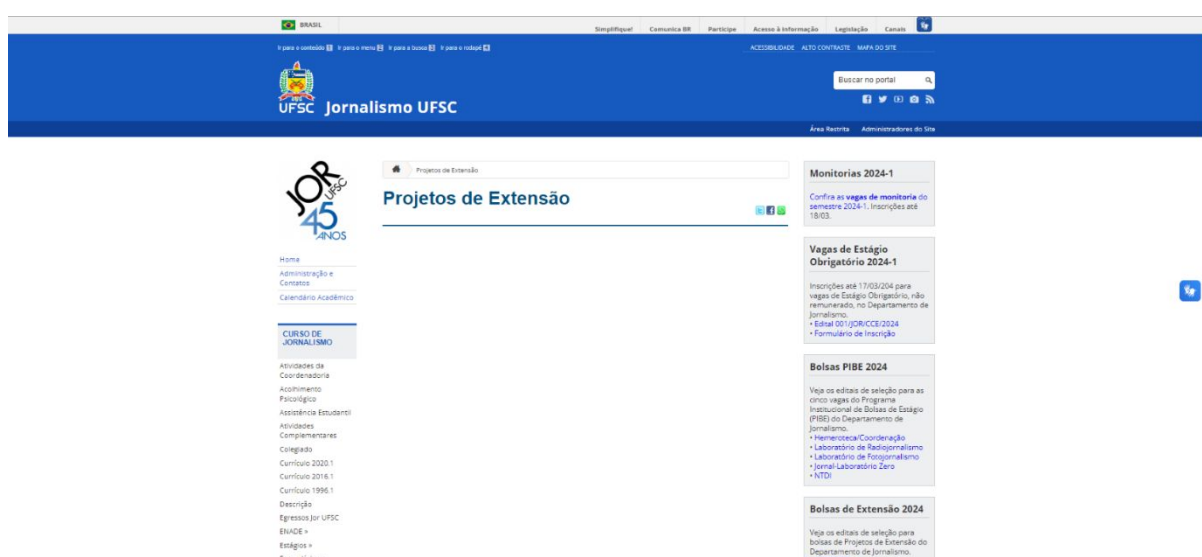
Fraqueza: É um ponto que, na percepção dos participantes da etapa do diagnóstico estratégico, a organização se enxerga fragilizada, por qualquer que seja o motivo e a natureza. Pode ser um obstáculo que dificulta a dinâmica do negócio e o posicionamento no mercado, mas deve ser uma questão interna com possibilidade de ser revertida ou atenuada, pois está sob o domínio da organização. Uma fraqueza pode ser percebida segundo a mesma envoltória da força, bastando observar, nesse caso, sob uma ótica inversa (FERNANDES, 2015, p. 59, grifo do autor).

Ao pensar sobre as fraquezas do curso de jornalismo, descrevê-las é uma tarefa difícil, pois algumas estão diretamente relacionadas a fatores externos. Há, por exemplo, que professores sofrem com a grande carga-horária de trabalho, pois atuam não apenas nas aulas, mas também em tarefas de extensão e pesquisa, sem falar que, muitas das vezes, eles praticam atividades administrativas. O site do curso é editado exatamente por esses professores, que acabam não tendo tempo livre para poder estar sempre atualizando-o.

Outra fraqueza observada está relacionada ao currículo, que teve sua última atualização para o primeiro semestre de 2020. Em 2024, quatro anos após a implementação, o cenário do jornalismo não é o mesmo. As plataformas digitais se consolidaram como principais canais de consumo de informação, exigindo dos profissionais habilidades em produção multimídia, SEO, mídias sociais e novas ferramentas digitais. Além disso, as fronteiras entre o jornalismo e outras áreas, como *webdesign*, marketing digital e assessoria, estão cada vez mais tênues.

Estendendo as fraquezas para o site do curso, é de rápida observação a questão da alta carga de trabalho dos professores, muitos deles responsáveis pela atualização do site: tal atualização acaba tornando-se uma tarefa secundária. As páginas, com informações incorretas ou desatualizadas, prejudicam a experiência dos usuários que querem ler mais informações sobre o curso. Como exemplo, podemos citar a página de projetos de extensão, onde, ao clicar nessa opção pelo menu, somos redirecionados a uma página sem conteúdo, como podemos ver na imagem abaixo:

Figura 10 – Página institucional do curso de jornalismo, na seção de Projetos de Extensão



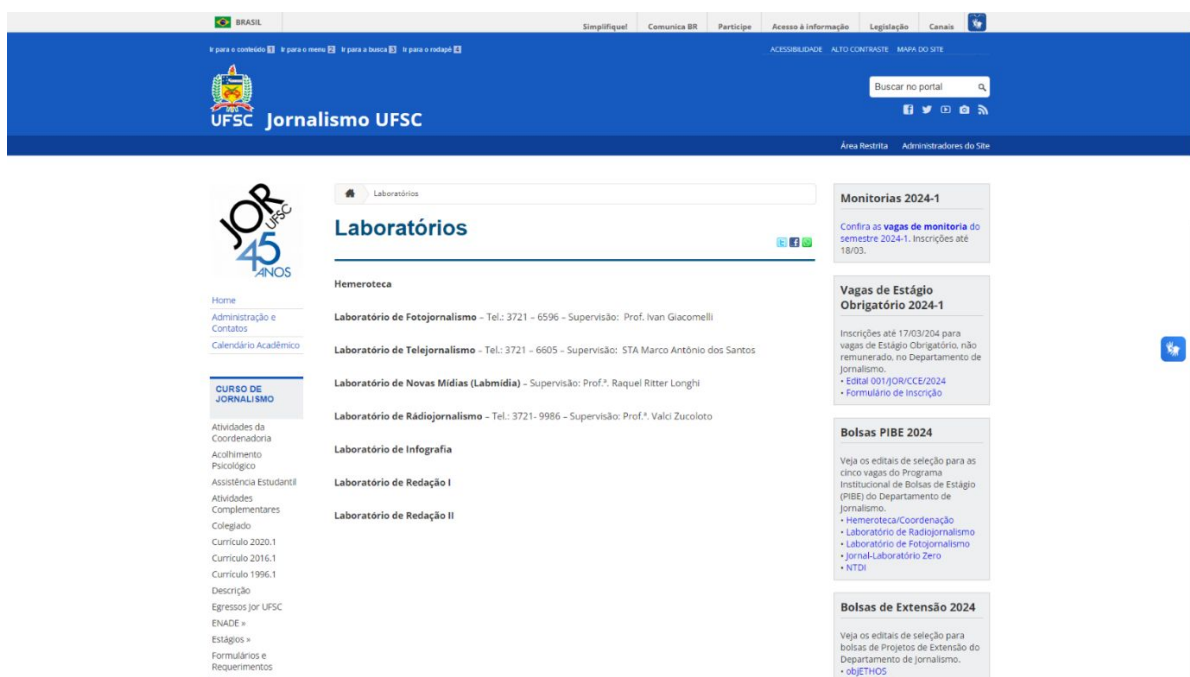
Fonte: Site institucional do curso de jornalismo da UFSC (2024)

Há mais exemplos como esse mostrado acima, que evidenciam a falta de atualização do site. No menu, observa-se algumas seções que já estão desatualizadas e não possuem necessidade de ainda estar no site. Um dos exemplos é a parte que fala sobre o ExpoJOR: Apesar da premiação ocorrer até os anos atuais (que inclusive são noticiados normalmente no site), o único ano que consta nessa seção é o de 2020. Também há uma seção que fala das comemorações dos 40 anos do Curso de Jornalismo também em 2020, e nessa seção há uma agenda. Outro caso é o de projetos que estão atualmente parados e que o link destacado no menu do site leva para um endereço inexistente, como é o caso da Comunica! Empresa Junior de Jornalismo.

Outro ponto de fraqueza é a falta de descrição (tanto em fotos quanto em texto) de algumas áreas fundamentais do curso. Por exemplo, não há textos que dialoguem e expliquem de forma rápida e descritiva sobre os propósitos do curso e os objetivos pedagógicos, havendo

apenas redirecionamentos para os documentos institucionais, que possuem várias páginas e, são difíceis de serem compreendidos por quem não está inserido no contexto da universidade. Na página dos laboratórios, há somente os responsáveis por cada laboratório e um telefone, sem nenhuma descrição sobre a estrutura ou fotos para destacar o local e ajudar na atração de estudantes.

Figura 11 – Página institucional do curso de jornalismo, na seção de Laboratórios



Fonte: Site institucional do curso de jornalismo da UFSC (2024)

2.4.1.3 Opportunities (Oportunidades)

Com a análise se estendendo para os fatores externos, o primeiro que temos que visualizar é o das oportunidades:

Oportunidade: Fora do domínio direto da organização, oportunidade é o que o ambiente externo oferece para todas as competidoras. Pode ser capturada por mais de uma organização, podendo, inclusive, ser capturada parcialmente. A oportunidade navega os mares mais diversos e mais distantes, pode ao mesmo tempo estar próxima e distante e pode contribuir sobremaneira para o sucesso da organização. Pode envolver clientes dos competidores fracos, novos mercados para os produtos existentes, mercado para novos produtos, aquisição de competidores fragilizados, legislação rigorosa, mercado mais seletivo, entre outros (FERNANDES, 2015, p. 60, grifo do autor).

As oportunidades que podem se associar ao Curso de Jornalismo da UFSC estão diretamente relacionadas às transformações da sociedade. Como é dito ao longo do relatório, as transformações digitais estão redefinindo o panorama da comunicação. A internet, as redes sociais e as novas plataformas digitais abrem novas portas e criam oportunidades para o

jornalismo explorar o ambiente online. O curso, como já mencionado na parte de fraquezas, ainda não está seguindo o potencial máximo desta tendência, mas visivelmente há uma tentativa de seguir, dada a existência de algumas disciplinas alternativas, como a de Jornalismo de Dados, além disso, é visível como os professores tentam explorar tais tendências, à medida em que há um grande número de disciplinas que tentam construir projetos voltados para o ambiente digital.

O fato de o curso sempre estar entre os melhores do país é uma característica que tem mais relação com o ambiente interno, porém, a existência de um *ranking* é uma oportunidade. As altas posições alcançadas podem impulsionar sua divulgação e auxiliar na conquista de mais visitantes virtuais que estão interessados em cursar alguma faculdade no país. Para isso, é importante que a instituição se aproprie e aproveite desta posição de destaque. Por exemplo, o vídeo existente no site institucional da ECA/USP, que descreve os pontos fortes do curso, pode ser usado como inspiração para criar uma melhor divulgação positiva sobre o curso.

2.4.1.4 Threats (Ameaças)

O último ponto da análise SWOT é o de ameaças:

Ameaça: Também fora do domínio da organização, situa-se no ambiente externo, a ameaça pode causar sérios danos caso se interponha no caminho escolhido. Tem o potencial de prejudicar o desempenho da organização se não for rechaçada e pode surgir, por exemplo, de pontos fortes dos competidores, do ambiente institucional, ou de alterações radicais no negócio. Pode envolver produto substituto, legislação rigorosa, competidor forte, mercado seletivo, alteração na legislação, instabilidade institucional, macroeconomia fragilizada, integração da cadeia por parte de clientes e fornecedores, entre outros. (FERNANDES, 2015, p. 60, grifo do autor).

Como já explorado de forma rápida na parte de fraquezas, o principal ponto de ameaça diz respeito à imprevisibilidade das condições orçamentárias oferecidas pelo Governo Federal. A falta de investimento adequado e situações de dificuldade financeira podem comprometer investimentos em infraestrutura e recursos humanos, o que pode colocar em risco a qualidade do ensino e gerar um cenário de desvalorização profissional e sobrecarga de trabalho aos professores.

Esse problema no investimento também age de modo a criar outro desafio significativo, que não fica apenas na infraestrutura dos prédios da universidade, mas também na infraestrutura dos equipamentos. A falta de manutenção e atualização dos modelos, pode afetar diretamente o aprendizado dos alunos à medida em que esses itens podem começar a parar de funcionar e não haver reposição. Ou, ainda, tais itens não refletirem o que de fato é utilizado no mercado de trabalho.

Relacionando ao site, há os problemas já mencionados, como a dificuldade de atualizações periódicas de seus conteúdos por conta da falta de tempo dos professores pela excessiva carga horária de trabalho.

2.5 RELATÓRIO DE PRODUÇÃO

2.5.1 Descrição da produção

Para descrever sobre a produção deste Trabalho de Conclusão de Curso, é necessário dividir a explicação em dois principais pilares: A produção do site em si, no quesito do *webdesign* e da arquitetura da informação e o outro pilar de conteúdo do site, ou seja, da comunicação institucional e do trabalho em entrevistar os envolvidos em cada projeto.

2.5.1.1 *Produção do site*

Como já dito anteriormente, o site Jor na Rede UFSC (jornarede.ufsc.br) foi criado utilizando-se do Wordpress. A primeira razão que motivou o uso foi que esta ferramenta é utilizada no ensino da disciplina de WebDesign em Jornalismo. Além disso, o uso da ferramenta Wordpress foi considerado ideal para o projeto considerando sua flexibilidade, praticidade e adaptabilidade. Para a criação do site, não foi necessário o uso de conhecimentos avançados em linguagens de programação. A existência de modelos pré-criados, templates, disponibilizados na plataforma permitiu a personalização das telas de acordo com a necessidade do conteúdo e diagramação. Por sugestão da professora orientadora, o JOR na Rede foi criado direto no servidor da UFSC, e é por isso que a URL final foi <https://jornarede.ufsc.br/>. A escolha se deu com base na estratégia do JOR na Rede ser um complemento ao site institucional, que poderia ser utilizado em apresentações do curso para jovens em disciplinas como o Jornalismo Comunitário ou em projetos como as feiras de curso.

Para a criação do site, foi utilizado o tema do Wordpress chamado Kadence, que disponibiliza um editor em blocos, o que torna a edição de sites mais fluida. O site foi todo construído de forma que a navegação de quem estiver visitando seja fácil e rápida. Ao imaginar o exemplo de um estudante que está pesquisando cursos de jornalismo pela internet e possa entrar no Jor na Rede, é importante que ele consiga entender a grandeza do trabalho realizado no Curso de Jornalismo da UFSC, mas sem que ele fique entediado, e nem confuso com quantidades elevadas de seções e menus. A navegação precisa ser clara, simples e consistente. “Se você for a um site e não conseguir encontrar o que estiver procurando ou

descobrir como o site está organizado, provavelmente não fique muito tempo — ou retorne”. (KRUG, 2009, p. 51). O objetivo já é fazer com o que na página inicial a pessoa já seja capaz de saber tudo o que o site apresentará e por onde ela quer começar a explorar o universo do curso.

Figura 12 – Fragmento da página inicial do JOR na Rede



Fonte: Site JOR na Rede (2024)

A tipografia do site foi inspirada no site institucional do Curso de Jornalismo da UFSC. Ao analisá-lo, verificou-se que as fontes Open Sans e Arial eram utilizadas nele. Por isso, já que o JOR na Rede é uma complementação ao site institucional, buscou-se manter as características. Na maioria dos casos, a fonte utilizada foi a Open Sans, com exceção dos cabeçalhos, em que se utilizou a fonte Arial Black.

Quando falamos de logo, também houve uma inspiração. No site institucional, há uma logo comemorativa dos 45 anos do curso. A logo foi criada utilizando a fonte Avant Garde. Para o JOR na Rede, a mesma tipografia foi utilizada, somada a um símbolo que pode ser entendido como um símbolo de “conexão” ou de “compartilhar”. O uso dessa imagem somado ao fato de utilizar as características do site institucional como inspiração teve como objetivo fazer alusão que o JOR na Rede ao mesmo tempo ajuda a divulgar o Curso de Jornalismo da UFSC na internet e faz conexão com o site institucional, servindo como um complemento.

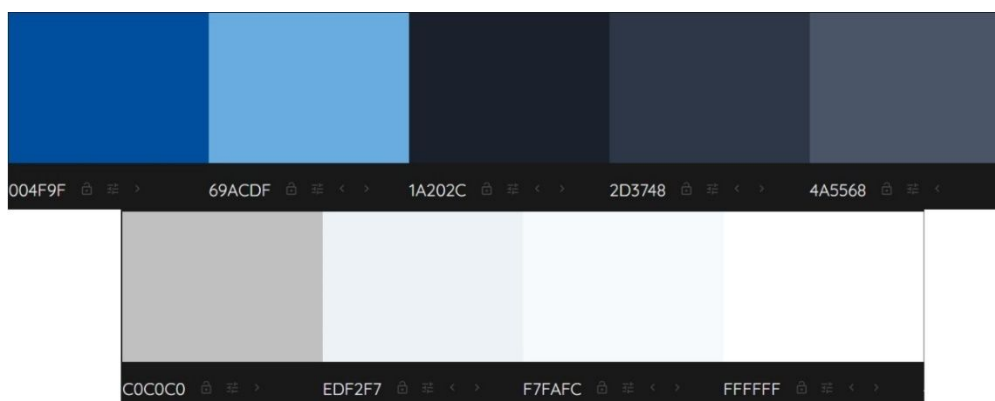
Figura 13 – Comparação entre logo do site institucional e o logo criado do JOR na Rede



Fonte: Criação do autor

Falando da paleta de cores do site, mais uma vez foi utilizado o site institucional como inspiração. A paleta de cores principal utilizou as cores do logo como referência. Como auxílio, foram escolhidas cores externas, a fim de manter o bom contraste entre as cores do site.

Figura 14 – Paleta de cores do site JOR na Rede



Fonte: Paleta gerada no site Colormind

Ademais, outros pontos relevantes a serem comentados sobre o site diz respeito a aspectos técnicos. Houve um tratamento de *SEO (Search Engine Optimization)* no site, isto é, foi realizada a configuração de alguns pontos no site visando que buscadores como o Google sejam capazes de rastrear e indexar o JOR na Rede ao pesquisarem termos parecidos com as temáticas nas quais o site se refere. Também houve a preocupação para a acessibilidade e todas as imagens do site receberam descrição alternativa, que é uma ferramenta para ajudar leitores de site que comumente são utilizados por pessoas com deficiência visual, a explicar o que contém em cada imagem do site.

2.5.1.2 *Produção do conteúdo*

Para a produção do conteúdo do JOR na Rede (jornarede.ufsc.br), foram entrevistadas um total de 19 pessoas, distribuídas entre professores, técnicos e alunos. Buscou-se essa diversidade nas fontes para que os usuários possam constatar o consenso quanto à qualidade e relevância do curso e de seus projetos. É interessante que um professor fale sobre os projetos, mas também é interessante introduzir o papel dos técnicos quando falamos dos laboratórios, e que entre a visão dos estudantes sobre o que eles aprendem em alguns dos projetos de extensão e nas organizações estudantis.

Para os textos que estão inseridos no site, optou-se por uma abordagem mais rápida e objetiva, buscando em alguns casos a criação de tópicos e listas, para facilitar a leitura e adaptar ao contexto do digital. Durante o texto, também buscou trazer uma fala impactante do entrevistado que evidencie a importância do tópico referenciado para a formação dos estudantes. Tendo em vista o objetivo do trabalho, que é de apresentar os trabalhos produzidos e de ter uma comunicação mais atraente sobre o Curso de Jornalismo, o tamanho dos “artigos” inseridos no site é um indicador que pode levar os usuários a ficarem mais ou menos tempo no site. Textos demasiadamente extensos poderiam facilmente repelir leitores, principalmente em situações de feira de curso, em que a visita é pontual.

Sobre a decisão de qual o tipo de conteúdo entraria no site, dois critérios principais foram utilizados. O primeiro critério diz respeito que apenas projetos que estão em andamento no presente serão divulgados. É por isso que projetos como o TJ UFSC ou o Universidade Aberta não entraram no site. Para que os estudantes não entrem na faculdade esperando fazer parte de um projeto que não existe mais.

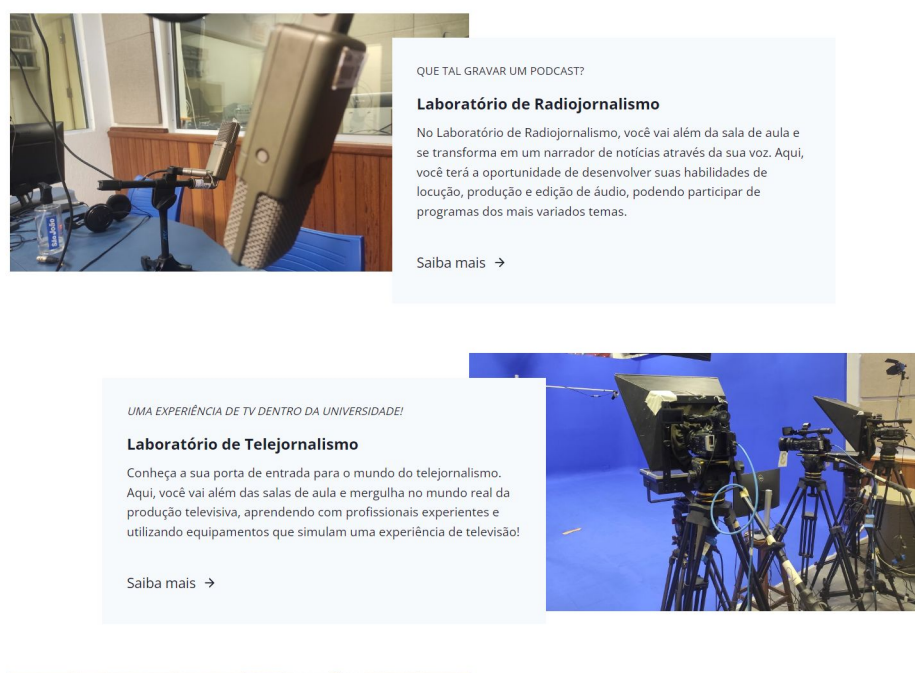
O segundo critério é que é necessário que esses projetos possuam um site ou uma rede social de divulgação e que seja periodicamente atualizada, para que o JOR na Rede faça o papel de conectar o projeto a quem está visitando o site. É por essa questão que alguns dos projetos de pesquisa do curso não foram incluídos.

Por fim, não chega a ser um critério, mas optou-se por não divulgar todos os programas da Rádio Ponto UFSC para também incentivar as pessoas de visitarem os canais da Rádio Ponto e descobrir os projetos por si próprios, já que todos os programas são divulgados nos próprios canais da Rádio.

O último ponto para falar sobre a parte de produção é o das fotos utilizadas no site. Todas as fotos que retratam as instalações da universidade são autorais e foram tiradas com o uso de celular, assim como a gravação das entrevistas. O objetivo em ter fotos da faculdade no site é realmente de preencher uma lacuna que o site institucional deixa em aberto. Com

isso, as pessoas podem ter um conhecimento mesmo que básico sobre como os nossos laboratórios são equipados, e sobre como é a fachada do Centro de Comunicação e Expressão, bem como a do Curso de Jornalismo.

Figura 15 – Trecho da página de “Estrutura do Curso”



Fonte: JOR na Rede

2.5.1.3 Orçamento necessário

A criação do JOR na Rede demandou custos com equipamentos digitais e de deslocamento para a UFSC. É importante frisar que foram economizados gastos pelo uso gratuito do servidor da UFSC para a hospedagem do site. Foi utilizado um notebook Acer Nitro 5 com 16GB de RAM e 500GB de SSD e um celular. Os gastos estão indicados abaixo tendo como base tabela de freelas do Sindicato de Jornalistas de Santa Catarina.

Item/Serviço	Valor Unitário (R\$)	Custo Total (R\$)
Notebook Acer Nitro 5	R\$ 4000,00	R\$ 4000,00
Xiaomi Redmi Note 9 Pro	R\$ 1137,20	R\$ 1137,20
Criação de página web	R\$ 1021,00	R\$ 25.525,00
Passagem de ônibus	R\$ 6,00	R\$ 240,00
Venda de Foto Institucional	R\$ 490,00	R\$ 490,00

Hora de trabalho para projeto	R\$ 194,00	R\$ 23.280,00
Ilustração editorial	R\$ 389,28	R\$ 389,28
Total	R\$ 7237,48	R\$ 54.845,48

2.5.1.4 *Dificuldades enfrentadas*

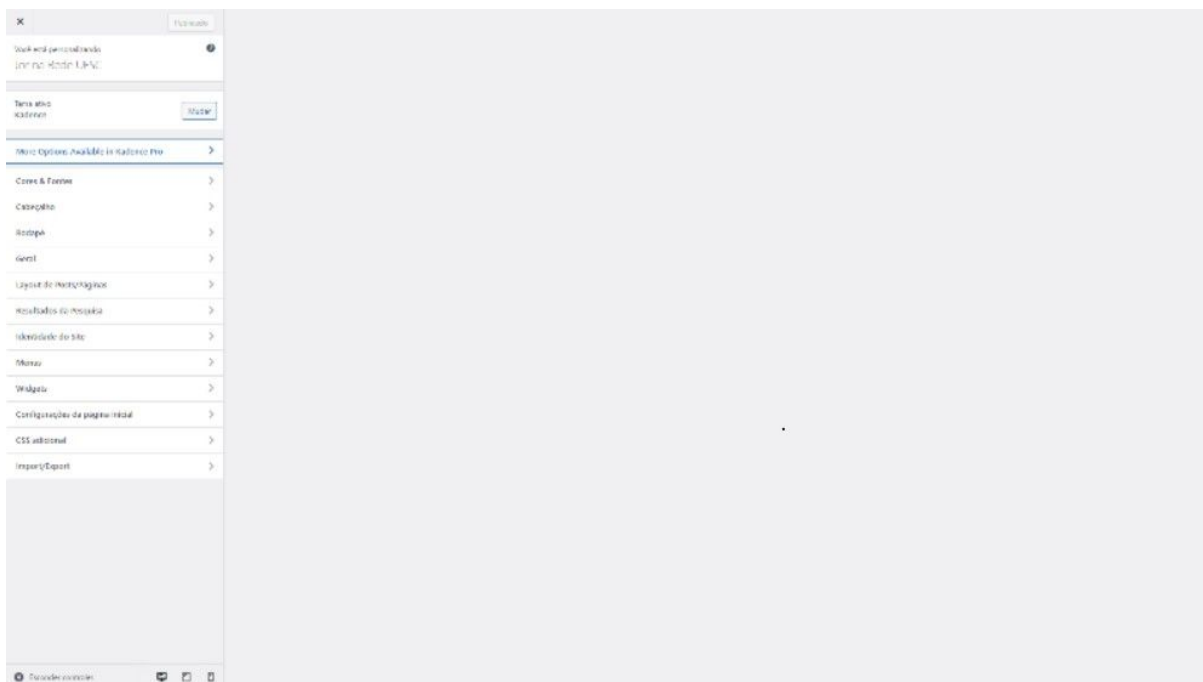
As dificuldades enfrentadas no decorrer da produção deste TCC foram as mais diversas. Em primeiro lugar, vale destacar que tive que produzir este trabalho enquanto cumpria uma carga horária de 8h diárias no meu emprego. Só isso já foi um grande ponto que precisei superar, visto que o trabalho mexe não só com o cansaço físico, mas também com o cansaço mental. Foram muitos os dias em que eu tentava produzir e acabava não conseguindo evoluir tanto por conta deste cansaço. Por muitas vezes, eu ia dormir após o jantar (que por sua vez ocorria logo após o término do horário de trabalho) por estar cansado e acordava às 3h ou 4h da madrugada para produzir o TCC.

Para piorar, enquanto eu fazia um trabalho focado totalmente na instituição, em que eu precisava me locomover para a faculdade, tirar fotos dos ambientes, conversar com alunos e professores, veio a greve. Talvez a greve, até mais do que a minha carga horária de trabalho, tenha sido pior. Isso porque eu tive dificuldades em marcar algumas entrevistas pela internet, e havia professores que durante a greve não consultavam seus e-mails. Talvez fosse possível até mesmo que tivessem sido divulgados mais projetos no site, mas a questão da greve foi um impeditivo.

Outra dificuldade também foi na idealização da temática em si. Até chegar o momento em este tema foi escolhido, cheguei a mudar duas ou três vezes de tema. Verdade que teoricamente todos os temas eram parecidos, mas essa indecisão sobre o que fazer acabou atrasando o início do trabalho.

Por fim, também enfrentei problemas técnicos. A seção “personalizar” do Wordpress não funciona corretamente em meu site. Conversando com minha orientadora, que faz a gestão do site do Cotidiano no Wordpress, percebemos que também acontece no site do projeto. Com isso, suspeitamos que esse problema esteja relacionado ao servidor da UFSC. O impedimento do acesso completo da seção de personalizar o site impediu um refino visual que talvez poderia ter sido feito melhor. Entretanto, fiquei satisfeito com o resultado final.

Figura 16 – Erro na página “personalizar” do Wordpress



Fonte: JOR na Rede

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O JOR na Rede (jornarede.ufsc.br) foi um trabalho empolgante de ser criado desde a sua concepção. Entrevistar professores e conhecer mais da história do curso e dos projetos foi uma experiência singular. Poder unir os pontos e entender decisões tomadas lá atrás relacionadas ao ensino e ao currículo do curso foram apenas alguns insights que pude obter com este Trabalho de Conclusão de Curso.

Os aprendizados tidos enquanto realizava a criação do site e o seu *webdesign* também foram enormes. Atualmente, navegamos por dezenas (ou até centenas) de sites por dia. E nessa navegação, quantas vezes pensamos no tamanho do trabalho que deu para idealizar e criar toda a arquitetura de informação presente naquele site? A complexidade na criação de um site e no *webdesign* vai muito através de “trabalhos invisíveis”. Assim como na diagramação de um livro ou de uma revista, a criação de um site requer muito tempo para pensar no melhor espaço para encaixar os textos e as imagens, com o adicional de que tudo deve conversar com o restante da internet e criar uma dependência e uma conexão entre si através de links.

Este último trabalho da graduação não é apenas um “trabalho final”. É a minha gratidão e a minha tentativa de devolver ao curso todos os ensinamentos que ele me deu. A

criação deste site não foi para dizer que a atual divulgação que temos no curso é ruim e que deve melhorar. É o contrário, o objetivo é de exaltar o que fazemos por aqui com pouco (o cenário de greve recente já mostra isso) e, ao mesmo tempo, colaborar para que o curso seja cada vez mais visado por outras pessoas, sobretudo futuros estudantes.

O JOR na Rede não acaba por aqui. Ele pode ser enviado para novos calouros que vão ao X (Twitter) para perguntar sobre o curso. Pode ser usado nas integrações realizadas pelo CALJ para apresentar o curso aos calouros. Pode ser até levado em frente e quem sabe virar algum projeto do curso e que tenha atualizações conforme novos projetos surjam. Espero que o JOR na Rede possa contribuir para que a grandeza do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina fique sempre em evidência.

4 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, C. **A cauda longa**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo, Paz e Terra, 8ª edição, 1999

Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). (2023). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: Pesquisa TIC Domicílios, ano 2022: Relatório metodológico**. São Paulo: CGI.br.

CURSO de Jornalismo. 2024. Disponível em: <https://www.unisul.br/graduacao/jornalismo/>. Acesso em: 7 maio 2024.

FALEIRO, M.A. **Precisamos falar sobre a plataformização do jornalismo**. Disponível em: <<https://contramao.una.br/precisamos-falar-sobre-a-plataformizacao-do-jornalismo/>>. Acesso em: 12 nov. 2023.

FERNANDES, Djair Roberto. **Uma Visão Sobre a Análise da Matriz SWOT como Ferramenta para Elaboração da Estratégia**. Revista de Ciências Jurídicas e Empresariais, [S. l.], v. 13, n. 2, 2015. DOI: 10.17921/2448-2129.2012v13n2p%p. Disponível em: <https://revistajuridicas.pgsscogna.com.br/juridicas/article/view/720>. Acesso em: 16 jun. 2024.

FERNANDES, Douglas; VILLEGAS, Greicy Marianne Lopes G. C.. **Processo de criação de websites: um estudo de caso do site IESAM**. Dito Efeito - Revista de Comunicação da Utfpr, [S.L.], v. 4, n. 4, p. 1-16, 19 set. 2013. Universidade Tecnológica Federal do Parana (UTFPR). <http://dx.doi.org/10.3895/rde.v4n4.2129>.

FLORES, A. M. M. **Jornalismo de inovação: os Estudos de Tendências como ferramenta de pesquisa**. 2019. Tese, PPGJOR.

GRADUAÇÃO Jornalismo. 2024. Disponível em:
<https://www.furb.br/pt/graduacao/jornalismo>. Acesso em: 7 maio 2024.

GRADUAÇÃO Jornalismo. 2024. Disponível em:
<https://www.eca.usp.br/graduacao/jornalismo>. Acesso em: 7 maio 2024.

JENKINS, Henry. Cultura de Convergência. São Paulo : Aleph, 2008

JORNALISMO. 2024. Disponível em:
<https://www.furb.br/web/3997/cursos/graduacao/cursos/jornalismo/apresentacao>. Acesso em: 7 maio 2024.

JORNAL do campus. 2024. Disponível em:
<https://www.eca.usp.br/www.jornaldocampus.usp.br>. Acesso em: 7 maio 2024.

JORNALISMO. 2024. Disponível em: <https://www.fafich.ufmg.br/jornalismo/>. Acesso em: 7 maio 2024.

JORNALISMO. 2024. Disponível em: <https://ufmg.br/cursos/graduacao/2698/87157>. Acesso em: 7 maio 2024.

JORNALISMO Bacharelado. 2024. Disponível em:
<https://landing.unisul.br/curso/jornalismo-bacharelado>. Acesso em: 7 maio 2024.

JORNALISMO. 2024. Disponível em: <https://landing.unisul.br/curso/jornalismo-bacharelado>. Acesso em: 7 maio 2024.

JURNO, A. C. **Facebook e a Plataformização do Jornalismo: uma cartografia das disputas, parcerias e controvérsias entre 2014 e 2019**. SBPJor - 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Novembro de 2020.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web**. 2. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2008.

KUNSCH, Margarida M. K. A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas. [p. 13-24]. *Media&Jornalismo*. V. 18, n. 33, 2018.

LABORATÓRIOS. 2024. Disponível em: <https://jornalismo.ufsc.br/laboratorio/>. Acesso em: 7 maio 2024.

LABORATÓRIOS didáticos. 2024. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/cje/laboratorios-didaticos>. Acesso em: 7 maio 2024.

LEITE, M. S. R.; GASPAROTTO, A. M. S. **ANÁLISE SWOT E SUAS FUNCIONALIDADES: o autoconhecimento da empresa e sua importância**. *Revista Interface Tecnológica*, [S. l.], v. 15, n. 2, p. 184–195, 2018. DOI: 10.31510/infa.v15i2.450. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/450>. Acesso em: 16 jun. 2024.

NEWMAN, N. et al. Reuters Institute. **Digital News Report 2023**. Oxford: Reuters Institute; University of Oxford, 2023.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. **Plataformização (Platformisation, 2019 – tradução: Rafael Grohmann)**. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos* 22(1):2-10 janeiro/abril 2020. Unisinos – DOI: 10.4013/fem.2020.221.01.

PROJETOS de Extensão. 2024. Disponível em: <https://jornalismo.ufsc.br/projetos-de-extensao/>. Acesso em: 7 maio 2024.

SPINELLI, Egle Müller. **Tipos de inovação nas empresas informativas e a relevância da dimensão social.** Revista Contemporanea – Revista de Comunicação e Cultura v. 15 n. 1 (2017): Dossiê Temático Inovação no Jornalismo: escopo e percursos

Uso de TI no Brasil: País tem mais de dois dispositivos digitais por habitante, revela pesquisa. País tem mais de dois dispositivos digitais por habitante, revela pesquisa. 2023. Disponível em: <https://portal.fgv.br/noticias/uso-ti-brasil-pais-tem-mais-dois-dispositivos-digitais-habitante-revela-pesquisa>. Acesso em: 05 maio 2024.

5 ANEXO A – FICHA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO

FICHA DO TCC	Trabalho de Conclusão de Curso JORNALISMO UFSC		
ANO	2024.1		
ALUNO/A	Lucas Souza da Hora		
TÍTULO	JORNALISMO UFSC NA REDE: Portal de divulgação e acervo do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina		
ORIENTADOR/A	Stefanie Carlan da Silveira		
MÍDIA		Impresso	
		Rádio	
		TV/Vídeo	
		Foto	
	x	Website	
		Multimídia	
CATEGORIA		Pesquisa Científica	
		Produto Comunicacional	
	x	Produto Institucional (assessoria de imprensa)	
		Produto Jornalístico (inteiro)	Local da apuração: Universidade Federal de Santa Catarina, Campus Florianópolis
		Reportagem livro reportagem ()	(x) Florianópolis () Brasil () Santa Catarina () Internacional () Região Sul País: _____
ÁREAS	Comunicação institucional; Jornalismo; UFSC; Acervo.		
RESUMO	<p>Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo oferecer um produto institucional ao Departamento de jornalismo da UFSC, que se desdobra em um site que possui o propósito de divulgar o Curso e as produções acadêmicas do curso de graduação, além de abordar brevemente sobre fatores que reforçam o compromisso acadêmico e pedagógico do curso. Com tantos projetos de extensão e pesquisa existentes, muitas produções de qualidade podem cair no esquecimento pela falta de um repositório que una todos os trabalhos. Apesar de atualmente existirem repositórios, as produções estão espalhadas em diferentes locais. Temos como exemplo os produtos da Rádio Ponto, que possuem diretórios próprios, e o acervo de TCCs que fica num repositório geral, muitas vezes não adequado a produções multimídia. Sendo um trabalho que une os conceitos de comunicação organizacional, jornalismo online e webdesign, a proposta busca um resgate e um trabalho de curadoria sobre os projetos que estão em andamento, a partir da divulgação do tripé formado por pesquisa, ensino e extensão, entrevistando os professores e alunos que ajudaram a criar e a manter os projetos, a fim de também criar um valor para o portal.</p>		

6 ANEXO B – DECLARAÇÃO DE AUTORIA E ORIGINALIDADE

Eu, Lucas Souza da Hora, aluno regularmente matriculado no Curso de Jornalismo da UFSC (JOR/CCE/UFSC), matrícula 20104393, declaro para os devidos fins que o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **JORNALISMO UFSC NA REDE: Portal de divulgação e acervo do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina** é de MINHA AUTORIA e NÃO CONTÉM PLÁGIO.

Estou CIENTE de que em casos de trabalhos autorais em que houver suspeita de plágio será atribuída a nota 0,0 (zero) e que, adicionalmente, conforme orientação da Ouvidoria e da Pró-Reitoria de Graduação (Prograd), “em caso de suspeita ou verificação de plágio, o professor deverá notificar o Departamento no qual está lotado para as providências cabíveis”.

Autorizo a publicação do TCC no Repositório Digital da UFSC.

Florianópolis, 30 de julho de 2024

Assinatura