

Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Escola de Direito, Negócios e Comunicação
Curso de Jornalismo

JOAO TADEU BAYMA JUNIOR

**AGÊNCIA IMPRESSÕES: contribuição discente para o desenvolvimento de um
ambiente experimental de ensino e aprendizagem**

Goiânia
2023

JOAO TADEU BAYMA JUNIOR

AGÊNCIA IMPRESSÕES: contribuição discente para o desenvolvimento de um ambiente experimental de ensino e aprendizagem

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Pontifícia Universidade Católica de Goiás como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo - , sob a orientação da Professora Mestre Carolina Zafino Isidoro.

GOIÂNIA, 2023

JOAO TADEU BAYMA JUNIOR

AGÊNCIA IMPRESSÕES: contribuição discente para o desenvolvimento de um ambiente experimental de ensino e aprendizagem

Trabalho de Curso submetido à Pontifícia Universidade Católica de Goiás como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo - , sob a orientação da Professora Mestre Carolina Zafino Isidoro.

PROF. MA. CAROLINA ZAFINO ISIDORO

Presidente da Banca e Orientadora

PROF. MA. SABRINA MOREIRA DE MORAIS OLIVEIRA

Membro

PROF. DRA. ELIANI DE FATIMA COVEM QUEIROZ

Membro

Goiânia, 2023.

*Dedico este trabalho a todos que
contribuíram direta ou indiretamente
em minha formação acadêmica*

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha avó Maria, à minha tia Stella e a minha irmã Cibely, por sempre acreditarem no meu potencial e no meu propósito de vida, me ajudando e me aconselhando da maneira como elas podiam. O amor envolvido e depositado em mim, me deu forças para recomeçar.

Ao meu eterno e amado Patrick (*in memoriam*) que sempre esteve presente na minha vida, me ensinando os caminhos, abrindo portas para o meu sucesso e que compartilhou todos os momentos bons e ruins durante o tempo em que permanecemos juntos.

À minha mãe, Elizabeth, que me mostrou a força da fé e do amor, coisas que eu havia esquecido com o tempo, e me guiou nos dias mais difíceis. Obrigado por me ajudar a recuperar a minha confiança para seguir em frente e buscar um recomeço.

E à minha orientadora Carolina Zafino Isidoro. Nossa história começou lá em 2008 e, sem ela, eu não teria chegado até aqui.

RESUMO

A partir da instituição da Agência Experimental do curso de jornalismo da PUC Goiás, batizada de Impressões, realizamos uma soma de forças entre docentes e discentes e buscamos planejar e desenvolver uma série de produtos que sustentem a existência desse ambiente de cunho pedagógico em suas diversas interfaces. Para possibilitar a interface de um site, foi planejada e desenvolvida a marca a ser utilizada em todas as mídias digitais e material de papelaria, caso necessário. No desenvolvimento do trabalho foi elaborada a parte visual e a implementação do template do site, bem como um manual de publicação na plataforma para professores e estudantes. Ainda foram feitas contribuições nas discussões para tomadas de decisão da arquitetura dos textos e do regulamento as Agência e demais documentos estruturais que estão em fase final de elaboração pelos docentes. Por fim, foi feito relato histórico de arquivos referentes a primeira agência do curso, que funcionou até 2009, a Católica Digital.

Palavras-chave: Comunicação. Agência Experimental, Interfaces, Mídias Digitais. Jornalismo.

ABSTRACT

From the institution of the Experimental Agency of the journalism course at PUC Goiás, named Impressões, we carried out a sum of forces between professors and students and sought to plan and develop a series of products that support the existence of this pedagogical environment in its various interfaces . To enable the interface of a website, the brand was designed and developed to be used in all digital media and stationery material, if necessary. In the development of the work, the visual part and the implementation of the website template were prepared, as well as a publication manual on the platform for teachers and students. Contributions were also made in the decisions for decision-making on the architecture of the texts and regulations of the Agency and other incorporated documents that are in the final stage of elaboration by the professors. Finally, a historical account of files referring to the first branch of the course, which operated until 2009, Católica Digital, was made.

Keywords: Communication. Experimental Agency, Interfaces, Digital Media. Journalism.

LISTA DE FIGURAS

| | | |
|------------------|--|----|
| Figura 1. | Primeira logo da agência experimental de notícias..... | 22 |
| Figura 2. | Segunda logo da agência experimental de notícias..... | 22 |
| Figura 3. | Logo atual da agência experimental de notícias..... | 24 |
| Figura 4. | Layout do site Impressões..... | 26 |
| Figura 5. | Primeiro layout do site da agência de notícias..... | 28 |
| Figura 6. | Formato de postagem no Instagram..... | 29 |
| Figura 7. | Instagram da agência Impressões..... | 30 |
| Figura 8. | Perfil da agência no Soundcloud..... | 31 |
| Figura 8. | Perfil da agência no Youtube..... | 32 |

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| 1. Introdução..... | 10 |
| 2. Do analógico ao digital: o caminho das disciplinas ao longo do processo da convergência..... | 12 |
| 2.1 Os desafios do ensino e da aprendizagem do jornalismo na cultura da convergência..... | 14 |
| 3. Passado e Presente - Da Católica Digital para a Agência Impressões..... | 20 |
| 3.1. Marca..... | 21 |
| 3.2 Site..... | 24 |
| 3.3 Instagram..... | 29 |
| 3.4 Soundcloud..... | 31 |
| 3.5 YouTube..... | 31 |
| 3.6 Regulamento..... | 32 |
| 3.7 Manual de Publicação..... | 33 |
| Considerações Finais..... | 34 |
| Referências Bibliográficas..... | 36 |
| Apêndice I..... | 37 |

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão de curso versa sobre o desenvolvimento de uma série de produtos que podem auxiliar no cotidiano da rotina produtiva da Agência Experimental do curso de jornalismo da PUC Goiás, intitulada Impressões, que atualmente possui as seguintes interfaces: site, Instagram, Soundcloud e YouTube. Percebe-se o papel fundamental da Impressões na prática docente e na formação dos estudantes de jornalismo de hoje e do futuro, num processo pedagógico que contribui para o desenvolvimento de uma visão pragmática, cidadã e ética do processo jornalístico.

Este trabalho foi desenvolvido durante o período em que a Agência Impressões estava em processo de desenvolvimento de suas interfaces e em planejamento e discussão com a coordenação do curso sobre as diretrizes, o regulamento e um manual de publicação para os ambientes laboratoriais da Impressões. Como este autor participou desde o início da primeira agência do curso, a Católica Digital, e foi estagiário do antigo Centro de Processamento de Dados da PUC (CPD), a decisão de participar do desenvolvimento da Impressões pareceu ser importante e contributiva para a formação de estudantes de jornalismo e com a própria formação, enquanto futuro graduado em comunicação social.

O trabalho foi desenvolvido em dois capítulos, sendo que o primeiro faz breves reflexões teóricas e o segundo apresenta o memorial descritivo com os métodos feitos para o desenvolvimento de cada produto proposto; são eles: a) elaboração das marcas em 2008, 2009, 2023; b) implementação do template atual da Agência Impressões; c) elaboração de formatos de publicações para mídias digitais; d) briefing, planejamento e produção do manual de publicação da Agência Impressões, e participação nas discussões com a professora Carolina Zafino e demais monitores da disciplina de ciberjornalismo para a elaboração dos princípios editoriais da Impressões e do Regulamento da Agência Impressões para apresentação, discussão e aprovação pela Coordenação do Curso de Jornalismo e o corpo docente.

O primeiro capítulo aborda a transição do analógico para o digital nas mídias, destacando o acesso instantâneo e ubíquo à informação proporcionado pelo avanço tecnológico e pela popularização da internet e demais dispositivos. Discute-se também o papel das mídias sociais na produção e compartilhamento de conteúdo, bem como as mudanças no consumo e no modelo de negócios. No entanto, são mencionados desafios do jornalismo na contemporaneidade, como a disseminação

de desinformação e a automação de processos, que impactam o jornalismo profissional.

O segundo capítulo foca na produção do memorial descritivo acerca dos produtos feitos para a Agência Experimental Impressões, um ambiente laboratorial para a produção de conteúdo jornalístico em diferentes formatos e plataformas, com ênfase na popularização da ciência e na formação técnico-prática e ética do futuro profissional.

O presente trabalho pretende contribuir com o processo pedagógico da graduação em jornalismo da PUC Goiás e com as pesquisas em comunicação digital, com ênfase nos estudos que abordam a interação, em um cenário convergente marcado pela autocomunicação de massa em ambientes digitais sociais (CASTELLS, 2015).

2. DO ANALÓGICO AO DIGITAL: O CAMINHO DAS DISCIPLINAS AO LONGO DO PROCESSO DA CONVERGÊNCIA.

A convergência do analógico para o digital nas mídias brasileiras é um fenômeno que ocorre desde o final do século XX. Com o avanço tecnológico e a popularização da internet, o acesso à informação passou a ser mais ágil, contínuo, interativo, multimídia e personalizado e, em alguns aspectos, mais acessível. A digitalização das mídias trouxe muitas mudanças e benefícios para a sociedade brasileira, mas também gerou impactos na forma como as pessoas leem e consomem informação, se comunicam, ensinam e aprendem e se relacionam.

No campo da comunicação, uma das principais mudanças que a digitalização trouxe para as mídias brasileiras foi a possibilidade de produção e distribuição de conteúdos em larga escala, o que antes era restrito apenas às grandes empresas de comunicação. Com o advento da internet e das mídias sociais, qualquer pessoa com um *smartphone* passou a ter a possibilidade de produzir e compartilhar informações em tempo real. Consequentemente, novas formas de interação se estabeleceram entre os internautas, agora produtores e consumidores de informação, com os veículos de comunicação profissionais. Por meio das mídias sociais, as pessoas passaram a comentar, curtir e compartilhar conteúdos, gerando um retorno imediato para os produtores de conteúdo. É nesse contexto que surgiu o fenômeno da autocomunicação de massa (CASTELLS, 2015)

Outro aspecto importante da convergência das mídias analógicas para as digitais é a mudança na forma de consumo de conteúdo. Antes, o público era limitado aos horários de programação das emissoras de televisão ou rádio, e das publicações diárias dos jornais impressos. Com a internet, o conteúdo passou a estar disponível 24 horas por dia, possibilitando que as pessoas consumam informação a qualquer hora e em qualquer lugar. Com a pandemia da Covid 19, iniciada no ano de 2020, esse contexto ubíquo alcançou as diversas instituições de ensino em todos os níveis da educação. Assim, as universidades passaram a oferecer aulas síncronas e assíncronas.

Com a digitalização das mídias, também houve uma mudança significativa no modelo de negócio dos veículos de comunicação. Antes, as empresas de mídia dependiam principalmente da publicidade para financiar as atividades. No caso do jornalismo, a venda de assinaturas ajudava no sustento das empresas de

comunicação. Com a internet, surgiram novas formas de monetização, como a venda de conteúdo digital e a criação de assinaturas de conteúdo exclusivo, dentre outras. Novos veículos de comunicação nativos digitais surgiram e ampliaram os ambientes de produção de informação e passaram a concorrer diretamente com as maiores e mais tradicionais empresas de comunicação.

Apesar dos benefícios da digitalização das mídias, também surgiram desafios e problemas. A disseminação da desinformação e notícias falsas e o aumento dos discursos de ódio e preconceitos são alguns dos exemplos. Além disso, a digitalização trouxe mudanças no mercado de trabalho, com a automação de processos e a redução de postos de trabalho em muitas áreas, dentre elas no jornalismo.

Por fim, é importante destacar que o avanço tecnológico é um processo contínuo e em constante progresso. As novas tecnologias estão sempre surgindo e modificando a forma como as pessoas consomem informação e se relacionam entre si e com os veículos de comunicação.

Ao desenvolver o conceito de cultura da convergência, Henry Jenkins (2009) o fundamenta sob três pilares: convergência tecnológica dos meios de comunicação, cultura participativa, inteligência coletiva. O primeiro refere-se à junção de diferentes plataformas de mídia e tecnologias em um único meio de comunicação. Em outras palavras, trata-se do processo pelo qual diferentes canais de comunicação, como televisão, internet e jogos eletrônicos, se unem para formar uma experiência de mídia integrada. Já o segundo e o terceiro retratam o conhecimento que cada um carrega e pode compartilhar, fomentando a comunicação como processo central em todas as relações na atualidade.

Jenkins (2009) argumenta que a convergência é uma mudança fundamental na maneira como as pessoas consomem mídia. Anteriormente, cada meio de comunicação tinha sua própria função específica e audiência. No entanto, com a convergência, as fronteiras entre esses meios se dissolveram, permitindo que as pessoas consumam conteúdo de maneiras totalmente novas.

Uma das principais implicações da convergência é que ela permite uma interação mais significativa entre os consumidores e a mídia. Os usuários agora têm a possibilidade de acesso a mais veículos de comunicação ou entretenimento, bem como a influenciadores de diversas áreas que disponibilizam os próprios conteúdos. A possibilidade da hiper leitura gerou um sentimento de “mais controle” sobre o que se consome e como se interage com os conteúdos, ainda que sejam os algoritmos no

encaminhamento disso. Com isso, as empresas, profissionais e marcas passaram a personalizar a abordagem de marketing, oferecendo conteúdo sob medida para diferentes plataformas e dispositivos. Através do uso de algoritmos, é possível personalizar a navegação e tornar a experiência do usuário mais direcionada para uma série de objetivos. Infelizmente, também é possível um maior controle da leitura.

No entanto, é importante ressaltar que a utilização de algoritmos de navegação também pode gerar preocupações, especialmente no que diz respeito à privacidade dos usuários. Muitas vezes, os algoritmos coletam dados pessoais dos usuários, como informações de navegação, localização e preferências, o que pode gerar questionamentos éticos.

Muitos adultos se preocupam com o fato de as crianças estarem “copiando” o conteúdo de mídia preexistente, em vez de criar os próprios trabalhos originais. Entretanto, deve-se pensar nessas apropriações como um tipo de aprendizagem. Historicamente, jovens artistas sempre aprenderam com os mestres consagrados, às vezes seguindo seus padrões, antes de desenvolver o próprio estilo e a própria técnica. As expectativas modernas sobre expressões originais são um fardo difícil para qualquer um em início de carreira. (JENKIS, Henri. Cultura da Convergência, pg. 255)

A preocupação em relação à possibilidade de estudantes copiarem conteúdos ou utilizarem programas de inteligência artificial ao invés de criar trabalhos originais é uma realidade. No entanto, talvez essas apropriações possam ser vistas como uma forma de acelerar processos e quem sabe a aprendizagem, já que historicamente jovens artistas sempre aprenderam com os mestres consagrados, seguindo padrões antes de desenvolver o próprio estilo. As expectativas modernas sobre expressões originais podem ser um fardo para qualquer um que esteja começando a carreira. É importante compreender como é possível encorajar discentes a aprender no ambiente digital e usar as experiências para desenvolver a criatividade e a técnica.

2.1 Os desafios do ensino e da aprendizagem do jornalismo na cultura da convergência

O curso de jornalismo da PUC Goiás foi criado no ano de 2006 e reconhecido pela portaria nº. 596, de 2007, do Ministério da Educação (MEC). Daí em diante, o

plano político pedagógico do curso foi sendo discutido e renovado na contribuição pedagógica do curso, a participação da coordenação do curso e do corpo docente sempre foi um ponto forte ao estabelecer uma relação teoria e prática baseada em metodologias ativas. O planejamento e a execução dos planos de ensino sempre enfrentaram os desafios e a busca pelos valores que sustentam a formação integral do acadêmico e não apenas do futuro profissional.

O jornalista graduado pela PUC Goiás deve ser um profissional que desenvolva uma prática fundada na pluralidade, na visão complexa de mundo e na sensibilidade humana e artística, além da natural competência técnica. Nesse sentido, a Instituição pretende oferecer não só um instrumental tecnológico adequado a estes tempos de rápida informação, mas sobretudo uma base de conhecimentos que alimente a reflexão sobre os usos sociais desse instrumental, das condições de possibilidade do exercício da cidadania em um contexto de globalização da informação e de suas relações com os processos e meios de comunicação. É necessário preparar o estudante para ingressar no mundo do trabalho, o que não significa torná-lo um mero reproduzidor de métodos e técnicas. Os processos contemporâneos de mediação social requerem do jornalista, além de uma cultura geral, criatividade, habilidade no relacionamento interpessoal, capacidade de inovação, busca do aprendizado contínuo e visão interdisciplinar. (PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS, Escola de Direito, Negócios e Comunicação, Projeto Pedagógico do curso de Jornalismo, 2019, pág. 21)

A formação do jornalista de modo que esteja apto a desenvolver uma prática profissional fundamentada na pluralidade, na visão complexa de mundo, na sensibilidade humana e artística e na competência técnica passa pelo planejamento e pela execução, pelas várias disciplinas cursadas e realização de produtos ao longo do curso. Para alcançar esse objetivo, a PUC Goiás busca oferecer uma base de conhecimentos que alimente a reflexão sobre os usos sociais do instrumental tecnológico, das condições de exercício da cidadania em um contexto de globalização da informação e das relações entre processos e meios de comunicação.

A preparação do estudante deve levá-lo a ser capaz de ingressar no mundo do trabalho com criatividade, habilidade no relacionamento interpessoal, capacidade de inovação, busca do aprendizado contínuo e visão interdisciplinar. Dessa forma, a citação ressalta a importância de uma formação abrangente e atualizada para o

profissional de jornalismo, a fim de atender às demandas contemporâneas da profissão e das transformações tecnológicas e sociais que afetam o campo da comunicação.

Seguindo essa reflexão, a Agência Experimental de Notícias do curso de jornalismo foi inaugurada no ano de 2008. Na época, era um produto virtual da disciplina de webjornalismo. Vale ressaltar que naquela época as mídias digitais não eram tão efervescentes e nem os dispositivos tão populares e acessíveis, como por exemplo os *smartphones*. O conteúdo era elaborado, editado e publicado, na maioria das vezes, apenas pelos monitores da Agência Experimental de Notícias da PUC Goiás, orientados pela professora Carolina Zafino.

Segundo o Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo da PUC Goiás, a Agência Experimental de Notícias tem como objetivo “ser um espaço para os estudantes exercerem de forma pensada a prática cursada nas disciplinas, cumprindo assim, com uma função pedagógica de aproximação da realidade do mercado de trabalho” – (PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS, Escola de Direito, Negócios e Comunicação, Projeto Pedagógico do curso de Jornalismo, 2019)

O projeto pedagógico do curso de jornalismo já em 2006 contemplava o trabalho pedagógico de forma pluridisciplinar e transdisciplinar. Entretanto, entre a teoria e a prática sempre houve desafios para essa inter-relação se concretizar. Ao longo dos anos, uma profusão de conteúdos e tecnologias abraçaram os planos de ensino e as metodologias ativas chegaram para que todo o corpo docente repensasse o cotidiano da sala de aula.

Antes desse contexto, os produtos feitos em cada disciplina eram divulgados em meios analógicos ou digitais, mas feitos e pensados para a inserção em uma mídia específica e poucas vezes com um planejamento interdisciplinar, com as devidas exceções. Um exemplo disso era o que ocorria nas matérias de Radiojornalismo I e Radiojornalismo II. O produto feito pelos estudantes consistia em montar um programa de rádio com informações dos eventos da universidade, com duração de 15 minutos, veiculado nos intervalos entre as aulas na Rádio Pátio, do campus 5. Já nas matérias de redação jornalística, infografia e diagramação já havia uma pluridisciplinaridade. Nelas, o produto era feito por meio da publicação semestral do Jornal Impressões, com matérias e diagramação feitas por alunos do curso de jornalismo. A prática dava aos alunos a vivência perfeita de como um jornal impresso era produzido.

Porém, ao longo dos anos, com o desenvolvimento da Cultura da Convergência, seguindo o raciocínio de Jenkins (2008), passou a ser necessário pensar a relação de ensino aprendizagem por meio de pontes de uma cultura da convergência com as gerações de acadêmicos nativos digitais. Nesse contexto, uma nova maneira de fazer comunicação e, conseqüentemente, de implementar uma relação entre teoria e prática no meio acadêmico do jornalismo, orientada pelas mídias digitais num processo de integração com os processos anteriores de fazer jornalístico para materiais impressos, rádio e TV, foi provocando novos caminhos de ensino no curso.

A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. Este livro é sobre o trabalho – e as brincadeiras – que os espectadores realizam no novo sistema de mídia. (JENKIS, Henri. Cultura da Convergência, pg. 30)

Em meio às transformações culturais do processo da convergência que o corpo docente do curso de jornalismo foi ao longo do tempo reelaborando o atual Plano Político Pedagógico (PPC) e o implantando. Se antes bastava promover práticas que alcançassem as produções jornalísticas, com o tempo foi necessário fazer o aluno entender e vivenciar também os processos interativos com fontes e consumidores. O autor supracitado argumenta que a convergência de mídia não deve ser compreendida apenas como um processo tecnológico, mas sim como uma transformação cultural, que incentiva os consumidores a procurar novas informações e estabelecer conexões em meio a conteúdos dispersos.

A importância da participação dos consumidores no processo de circulação de conteúdo na mídia passa a ser fundamental, bem como a necessidade de entender a convergência de mídia como uma transformação cultural, além de um processo tecnológico. O trabalho e a brincadeira dos espectadores são apresentados como

elementos fundamentais nesse processo, destacando a importância do papel do público em vários segmentos na mídia contemporânea.

Tudo isso no remete a perspectiva de McLuhan de que o meio é a mensagem. Para ele, precisamos desenvolver o conteúdo de acordo com o meio que o recebe. Com o protagonismo das mídias sociais como principal fonte de divulgação e consumo de material jornalístico, diversos desafios surgiram no dia a dia das salas de aula dos cursos de jornalismo de todo o país.

As diretrizes do MEC para os cursos de jornalismo apresentam uma lista de competências gerais a serem desenvolvidas por jornalistas, que incluem a compreensão e valorização dos valores democráticos e dos direitos humanos, o conhecimento da realidade social, econômica e política do Brasil, a habilidade de identificar e reconhecer a relevância dos temas da atualidade, a capacidade de distinguir entre o verdadeiro e o falso, o domínio da expressão oral e escrita em língua portuguesa, a interação com pessoas de diferentes formações e culturas, o uso das tecnologias de informação e comunicação, a inovação permanente de métodos e procedimentos, entre outras. Além disso, é importante que os jornalistas atuem sempre com discernimento ético.

Este autor ingressou no curso de jornalismo da PUC Goiás em janeiro de 2008 e bem no início da primeira Agência Experimental de Notícias do curso, a Católica Digital. Depois de longo tempo de trancamento do curso em 2012, o retorno ocorreu em 2020, seguido de novo trancamento, e, agora, em 2023. De lá pra cá, é perceptível a mudança no perfil do acadêmico de jornalismo. A mudança se estende para a nova grade curricular que está mais abrangente e que coloca em foco todas as mudanças trazidas pela cultura da convergência.

As diretrizes do MEC para os cursos de jornalismo foram modificadas em 2019, o que fez com que o corpo docente do curso da PUC Goiás repensasse as disciplinas seguindo essas novas diretrizes. A divisão do curso em módulos, segundo o Projeto Político Pedagógico do curso de jornalismo é uma realidade, bem como a participação dos professores de disciplinas práticas no trabalho da Agência Impressões.

A pandemia de Covid-19 acelerou esse processo, com a urgência da transferência do ambiente de trabalho físico para o ambiente virtual. Na PUC Goiás não foi diferente, e, coincidentemente, iniciativas de ensino remoto já eram desenvolvidas nos cursos. Com todos os alunos do curso de jornalismo em casa, foi

necessário desenvolver meios para que a produção jornalística continuasse sendo realizada.

A decisão de que todos os produtos do curso de jornalismo da PUC Goiás poderiam ser convergidos em um só meio foi tomada após anos de discussão em reuniões de colegiado. A ideia ganhou força e foi planejada e desenvolvida num sistema curricular em formato modular. Nele, as disciplinas em essência digitais, como ciberjornalismo e mídias digitais, ganharam protagonismo e provocaram uma conexão com o mundo analógico de disciplinas anteriores a elas. Soma-se a isso, a necessidade de qualificar as produções das disciplinas que compõem os módulos, impelindo professores ao trabalho conjunto neste primeiro semestre do ano de 2023 a desaguar num único ambiente, a Internet, por meio da Agência Experimental de Notícias, batizada de Impressões, homenageando o primeiro produto oficial do curso, o jornal impresso Impressões, que aglutinava a produção de várias disciplinas.

Com a atuação interdisciplinar dos docentes que ministram as disciplinas, as produções práticas foram convertidas para o modo hipertextual da comunicação digital e do Ciberjornalismo. A antiga Agência Experimental de Notícias Católica Digital, que era o produto da disciplina de webjornalismo, precisou passar por um amplo replanejamento até se tornar a Agência Experimental Impressões, que possui as seguintes interfaces: site, perfil no Instagram e canal do YouTube. A ideia agora é ampliar para outras mídias digitais possíveis para incrementar a aprendizagem do estudante de jornalismo e desenvolver o regulamento e o manual de publicação da Agência Impressões para facilitar e orientar o trabalho integrado do corpo docente.

3. PASSADO E PRESENTE - DA CATÓLICA DIGITAL PARA A AGÊNCIA IMPRESSÕES

Para desenvolver um memorial descritivo do processo de produção de alguns elementos da Agência Experimental Impressões, segundo o olhar deste acadêmico que está na universidade desde 2008, entre idas e vindas, é preciso afirmar que o papel de uma agência na formação dos estudantes de jornalismo é permitir o desenvolvimento de uma visão pragmática, cidadã e ética do processo jornalístico, focando principalmente no emissor. Embora seja compreensível a importância do receptor, a agência deve priorizar a formação dos estudantes como jornalistas com excelência técnica, críticos e éticos. E só depois, auxiliar os estudantes na compreensão atual da importância da interação e de como ocorre a recepção do público aos conteúdos produzidos no ambiente digital.

A primeira agência do curso de jornalismo, a Agência Experimental de Notícias da PUC Goiás, começou em 2008, batizada de Católica Digital, como um espaço para que os acadêmicos pudessem desenvolver habilidades de apuração, redação, edição de textos jornalísticos e a prática do fotojornalismo, além de realizar assessoria e projetos de comunicação. Esse ambiente laboratorial possuía dois focos principais: Jornalismo e Assessoria de Comunicação. O primeiro era responsável por produzir matérias e fotos para o site da Agência, enquanto o segundo ficava a cargo da produção de boletins eletrônicos enviados para a imprensa e para o público interno da PUC Goiás.

A experiência passada ajudou na reflexão sobre as rotinas da Agência na atualidade, que devem ser acompanhadas por uma reflexão teórico-prática constante na relação professor e alunos. O objetivo principal da Agência sempre foi a formação de uma visão ética, social e crítica do processo jornalístico pelo estudante. Os resultados disso têm potencial para se tornarem produções científicas.

Com o direcionamento da cobertura a áreas pouco exploradas pela imprensa, a agência se voltou desde o início para temas sociais e da ciência produzida na instituição. Atualmente, esse viés foi amadurecido e fortalecido devido ao contexto político vivenciado recentemente no país. Desse modo, atualmente o enfoque principal é produzir conteúdos feitos dentro das disciplinas do módulo com ênfase na popularização da ciência, na defesa do meio ambiente e na cidadania.

Em resumo, a Agência Experimental Impressões é um laboratório para a prática discente do curso de Jornalismo, o qual permite que os estudantes atuem na produção de conteúdo jornalístico em diferentes formatos (vídeos, áudios, fotos e textos) e sob supervisão dos professores das disciplinas e de um professor coordenador. Sem fins lucrativos, a Agência visa acolher as produções das disciplinas laboratoriais do curso e até mesmo das teóricas, se assim o professor desejar, em diversos formatos de narrativas, dos gêneros informativo, opinativo, diversional, interpretativo ou utilitário, seguindo as orientações de José Marques de Melo (2003). O material jornalístico produzido pode ser publicado nas plataformas do site da Agência Experimental Impressões – impressões.pucgoias.edu.br; no Instagram - @aimpressões, no Soundcloud; e no canal do YouTube.

Como este trabalho de conclusão de curso foi sendo desenvolvido enquanto a coordenadora da Agência Impressões, professora Carolina Zafino, estava em planejamento, elaboração de materiais e discussão com o corpo docente sobre as diretrizes, o regulamento e um manual de publicação para os ambientes laboratoriais da Impressões, passo a discorrer sobre minhas contribuições no passado e no presente para a Agência. São elas: a) elaboração das marcas em 2008, 2009, 2023; b) implementação e customização do template atual da Agência Impressões; c) elaboração de formatos de publicação para mídias digitais; d) briefing, planejamento e produção do manual de publicação da Agência Impressões, e participação nas discussões com a professora Carolina Zafino e demais monitores da disciplina de ciberjornalismo para a elaboração dos princípios editoriais da Impressões e do Regulamento da Agência Impressões para apresentação, discussão e aprovação futura pela Coordenação do Curso de Jornalismo e o corpo docente.

3.1 Marca

A primeira marca da Agência Experimental de Notícias Católica Digital foi desenvolvida em 2008 por este autor e ficou alguns meses sendo utilizada. A fonte usada foi a *Noto Sans Japanese*, com algumas modificações. A cor azul escuro remete aos sentimentos de confiança e de respeito, já a cor alaranjada sugere um ambiente de energia, ambição e triunfo, assim, ambas sugerem a efervescência das notícias jornalísticas em tempos de instantaneidade. Na marca é possível verificar uma elipse, o que demonstra o pôr e o nascer do sol.

Figura 1: Primeira marca da agência experimental de notícias



Fonte: Elaborada pelo autor

Posteriormente, ainda em 2008, foi finalizado e aprovado o Regulamento da Agência Experimental de Notícias, então sugeri uma mudança na logomarca por ser uma agência experimental. À época, um notebook era o símbolo perfeito para representar que a agência de notícias estava inserida no meio digital. A fonte utilizada foi a *Open Sans*, com modificações e foi escolhida a cor azul claro para fazer referência ao mundo digital, além disso o azul é a cor preferida entre as cores e representa simpatia, harmonia, amizade e confiança. “O efeito psicológico do azul adquiriu um simbolismo universal. Como cor da distância, o azul é também a cor da fidelidade” (HELLER, 2013, p. 24).

A cor cinza foi inserida para dar um destaque diferente na forma de se olhar para a marca como um todo. Depois de pronta, a marca foi apresentada à coordenadora da agência Carolina Zafino e à então coordenadora do curso de Jornalismo, professora Eliani Covem, e autorizada a ser a nova marca da Agência Católica Digital.

Figura 2: Segunda marca da agência experimental de notícias



Fonte: Elaborada pelo autor

Em 2012, tranquei o curso de jornalismo, retornei em 2015, mas precisei trancar novamente e só voltei em 2023 para concluir a graduação. Quando retornei, soube das mudanças e do replanejamento da Agência, agora intitulada Impressões, nome utilizado anteriormente no jornal impresso do Curso de Jornalismo entre 2006 e 2017, com o objetivo de reunir a produção de todas as disciplinas práticas do curso.

A Agência Experimental é um laboratório importante para a formação do profissional contemporâneo do jornalismo, pois permite o desenvolvimento de habilidades e competências múltiplas do acadêmico na produção de conteúdo em diferentes formatos e plataformas. A convergência de linguagens e plataformas da Agência Experimental Impressões visa promover uma prática integrada entre professores dos módulos em vigência a cada semestre, de maneira interdisciplinar para elaboração de produtos e conteúdos voltados ao meio ambiente, a cidadania e a popularização da ciência, articulando ações de ensino, pesquisa e extensão. A Agência Impressões recepcionou ainda o Observatório de Mídia, coordenado pelo professor Rogério Borges.

Como havia a necessidade de elaboração da marca da Agência, a professora Carolina Zafino me esclareceu durante um *briefing* sobre definições já ocorridas com o coordenador anterior do curso, professor Antônio Carlos Cunha, e o professor Rogério Borges, como o nome Impressões, as cores preta, cinza e laranja para o desenho do site e da marca e a escolha da raposa do cerrado para integrar a marca, como forma de ampliar a consciência ecológica às nossas práticas comunicacionais.

Então, coube a mim desenhar uma nova marca para a agência. Como monitor da disciplina de Ciberjornalismo, perguntei se eu poderia fazer uma nova marca e um novo template para o site. Com a aprovação dela, peguei o briefing do que o colegiado esperava da nova marca. Fui instruído a montar uma nova logo com uma raposa do cerrado, animal que costumeiramente representa o jornalista.

Após alguns estudos, elaborei uma marca mista, com símbolo e texto. O símbolo é composto por uma seta e uma onda. A cabeça da raposa sugere uma seta para baixo, indicando que o jornalismo vai a fundo em seus processos. Outro elemento é a onda visualizada na cauda da raposa, que representa o movimento na produção de conteúdos atuais, relevantes e de interesse público, ou seja, tudo que movimenta a sociedade em suas necessidades informacionais.

Figura 3: Marca atual da agência experimental de notícias



A cor laranja foi escolhida para dar mais realidade a um dos tons que a raposa tem em sua pelagem. Esta cor pode ser alterada de acordo com a necessidade de datas, projetos e eventos. Vale ressaltar que a cor alaranjada dá tom de alegria, fidelidade, vitalidade, confiança e força de vontade. A fonte usada foi a Axiforma Black.

Sobre a importância de se ter uma marca que esteja conectada com a identidade de um projeto ou de uma organização, temos:

Enquanto as marcas falam de modo virtual para a mente e para o coração, a identidade da marca é tangível e apela para os sentidos. A identidade é a expressão visual e verbal de uma marca. A identidade dá apoio, expressão, comunicação, sintetiza e visualiza a marca. Você pode vê-la, tocá-la, agarrá-la, ouvi-la, observá-la se mover. Ela começa com um nome e um símbolo e evolui para tornar-se uma matriz de instrumentos e de comunicação. A identidade de marca aumenta a conscientização e constrói empresas. (Wheeler, Alina. 2008. Design de identidade da marca, p. 14)

3.2 Site

O site começou a ser desenvolvido pelo então funcionário e egresso do curso de jornalismo Felipe Café, que não o concluiu por ter finalizado o contrato de trabalho com a PUC e ido para outra empresa. Em processo de finalização, fiz a inserção de um novo template, após aprovação da coordenadora da Impressões. Discutimos por algum tempo como seria o novo template e o modelo escolhido foi o Wesper, que passou por uma série de modificações com o objetivo de atender às necessidades do

processo pedagógico, dentre elas a inserção de destaques para a primeira parte do site na vertical e uma área específica para cada editoria na página inicial.

A coordenação da agência Impressões me instruiu a montar um *layout* simples, pois foram definidas poucas editorias e as atualizações não seriam diárias, visto que a produção do conteúdo feita pelos alunos nas disciplinas de prática jornalística não possuem periodicidade controlada.

O gerenciador de conteúdo permite a inserção de arquivos multimídia em formato de vídeo, áudio, infográficos e fotografias. Ainda é possível a inserção de *links* nos textos e foi feita a inclusão de ferramentas e plataformas na interface do site, como o sistema de busca, o Instagram, o Youtube e o Soundcloud.

O site foi desenvolvido em formato responsivo. Isso significa que o layout da página se adapta ao dispositivo que está sendo utilizado no momento do acesso pelo leitor. Na arquitetura da página inicial da Agência, ao se olhar verticalmente, foi disponibilizado um menu de navegação global, um banner para a marca da agência, um menu de conteúdo para as editorias e uma ferramenta de pesquisa. A partir daí, foram dispostos quatro espaços para destaques, abaixo dele, outros quatro para inserção das principais reportagens, logo depois quatro espaços para os conteúdos opinativos e, por fim, quatro espaços de destaque para o Observatório de Mídia.

A arquitetura da informação é importante para um site na internet, porque é a base para o projeto visual da página. “Ela é o projeto-base do site sobre o qual todos os demais aspectos são construídos – forma, função, nomeação, navegação e interface, interação e design visual”, segundo Shiple *apud* Scheeren, 2008.

É importante destacar que as imagens da página inicial possuem os formatos retangular e quadrado, que abrange a foto e o título nos destaques. Para o design os quadrados e retângulos são associados à construções, solidez e segurança, bem como disciplina, força e coragem.

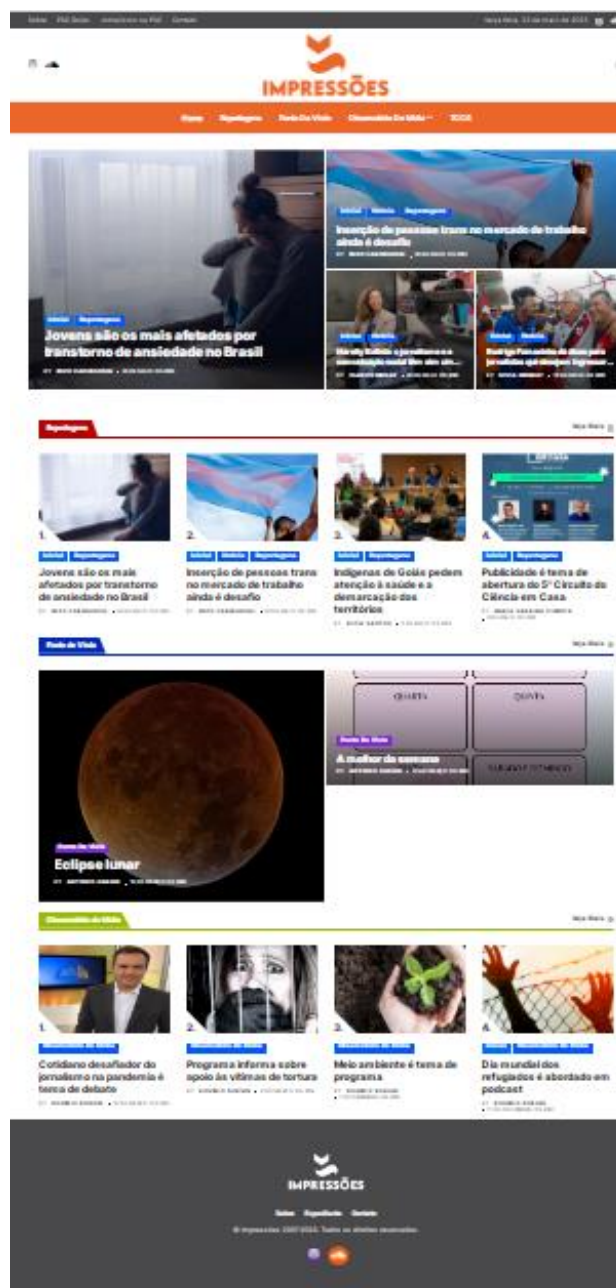
A homepage do site, se observada no ângulo vertical, da esquerda para a direita, se inicia com uma barra cinza, onde é possível encontrar os links para os perfis da agência no Instagram e no Soundcloud, além de ter um menu com links importantes: site da PUC Goiás, página do curso de jornalismo da PUC Goiás, página com informações sobre o site, a data atual e uma última página com os links de contato com a equipe do site.

Logo abaixo é possível ver a logo da agência destacada e do lado direito o símbolo de uma lupa para fazer pesquisas de conteúdos publicados no site. Seguindo

adiante, observamos o menu com as editorias. Nele é possível ver e acessar as editorias de reportagem, ponto de vista, observatório de mídia e TCCs.

Por fim o meio do site trabalha com os destaques do dia. Todas as matérias mais importantes são colocadas lá. Vemos também os destaques dos textos de reportagem, os destaques de conteúdo do Ponto de Vista, os textos em destaque no Observatório de Mídia. E no rodapé é possível ver a logomarca da agência e links que redirecionam o usuário para a página *sobre a agência*, *expediente* e *contato*.

Figura 4: layout do site Impressões.



Página inicial da Impressões

Como o site é alimentado por diversas turmas ligadas a várias disciplinas, ministradas por diferentes professores, a Agência Impressões possui as seguintes editorias no menu de conteúdo:

- **Home:** Página inicial que agrega automaticamente as publicações das editorias. Apenas a área centralizada dos destaques pode ser escolhida.
- **Reportagens:** O canal de reportagens é voltado para a publicação de conteúdos do gênero informativo, produzidos pelos alunos em disciplinas de produção escrita e imagética, seguindo o cronograma estabelecido pelos professores. Os destaques aparecem de maneira cronológica, da matéria mais nova para a mais antiga.
- **Pontos de Vista:** O canal é voltado para a publicação de conteúdos do gênero opinativo, produzidos pelos alunos em disciplinas de produção escrita e imagética, seguindo o cronograma estabelecido pelos professores. Os destaques aparecem de maneira cronológica, da matéria mais nova para a mais antiga.
- **Observatório de Mídia:** as iniciativas e atividades do Observatório de Mídia nas dimensões do Ensino, da Pesquisa e da Extensão são contempladas nesse canal. Os destaques aparecem de maneira cronológica, da matéria mais nova para a mais antiga.
- **TCCs:** Essa editoria divulga as produções científicas do curso, por meio de monografias e projetos experimentais, direcionando aos links desses materiais. Esse espaço pode receber conteúdos científicos produzidos pelos professores e orientandos. Os destaques aparecem de maneira cronológica, da matéria mais nova para a mais antiga.
- **Sistema de busca:** A ferramenta está incluída no menu de conteúdo e pode ser usada clicando no símbolo da lupa no canto superior direito do site.

A Agência Experimental Impressões possui em seu site as seguintes editorias no menu de navegação:

- Sobre: página que explica sobre o que é a Agência Impressões
- PUC Goiás: link que redireciona para o site oficial da PUC Goiás

- Jornalismo na PUC: link que redireciona para mais informações sobre o curso de jornalismo na PUC Goiás
- Contato: link para formulário de contato para as pessoas deixarem suas observações a respeito do site.

Como a definição das editorias já estava feita, coube a mim a implantação de um template no Wordpress com um layout que contemplasse a ideia de um produto jornalístico. E foram necessários ajustes em vários elementos para que a interface da home e dos conteúdos estivessem bem distribuídos, dando uma arquitetura de página leve para a leitura.

É importante lembrar que a primeira versão da Agência foi planejada, implementada e disponibilizada com o apoio da equipe da Divisão de Tecnologia da Informação (DTI), de cunho autoral, num trabalho conjunto entre a professora Carolina Zafino e o antigo Centro de Processamento de Dados (CPD) da PUC Goiás. Essa versão foi toda personalizada, incluindo o administrador de conteúdo para nomenclaturas do jornalismo, situação que não ocorre na nova versão, por utilizarmos a plataforma do Wordpress. Além disso, ao se possuir uma estrutura própria há mais segurança em razão da propriedade ser da universidade ao invés de outra organização.

Figura 5. Primeiro layout do site da agência de notícias

The screenshot shows the initial layout of the Católica Digital website. At the top left is the logo 'católica digital' with the tagline 'Agência Experimental de Notícias do Curso de Jornalismo da PUC Goiás'. To the right, there is a weather widget showing 'Tempo' with a high of 31° and a low of 20°, and a 'Trânsito ao vivo' widget indicating 'Trânsito tranquilo nas principais saídas da cidade'. A 'Banner 1' placeholder is shown with dimensions '181 X 102 px'. Below the header is a navigation menu with links for 'Editorial | Agenda | Cultura | Economia | Esporte | Geral | Política | Tempo | Trânsito | Vídeos | Laboratórios' and 'Expediente | Fale Conosco'. The main content area is divided into several sections: an 'Enquete' (poll) asking 'Você acredita na credibilidade do ENEM?' with 'SIM' and 'NÃO' options; a featured article titled 'MEIO AMBIENTE Simpósio sobre Cerrado realiza nova edição em Goiânia' with a sub-headline 'Casos de câncer de mama em Goiânia superam índice nacional'; a 'Twitter' feed showing a tweet about a traffic accident; and a sidebar on the right with a 'Parceiros' section and a list of categories: 'CULTURA', 'ESPORTE', 'POLÍTICA', 'ECONOMIA', 'GERAL', 'TRÂNSITO', and 'VÍDEOS', each with a sub-headline 'Músicos independentes conseguem destaque'. At the bottom, there is a copyright notice: 'Copyrights © 2010 - Pontifícia Universidade Católica de Goiás - Todos direitos reservados.'

Fonte: Arquivo pessoal da primeira página inicial da Católica Digital

Na versão da Agência Católica Digital, de 2008, várias editorias podem ser observadas. Na atual, há enfoques definidos para as possibilidades de um trabalho docente coletivo e possível.

3.3 Instagram

O Instagram se tornou uma plataforma de mídia social extremamente popular em todo o mundo, e sua importância crescente se estende aos veículos jornalísticos. Com sua capacidade única de compartilhar imagens e vídeos de forma rápida e visualmente atraente, o Instagram se tornou uma ferramenta essencial para a disseminação de notícias e histórias.

A bio no Instagram da Agência Impressões foi elaborada de forma simples, apenas com o trecho: *Impressões – Agência Experimental de Notícias da @pucgoias*. Logo abaixo da bio existe um espaço para colocar um link. Foi adicionado um Linktree, que consiste em uma pré-home com os links mais importantes e/ou procurados pelos usuários. São eles: e-mail, Instagram e site da Agência Impressões.

Uma das maiores vantagens do Instagram é a capacidade de transmitir informações de maneira visualmente atraente. As notícias podem ser apresentadas através de imagens e vídeos, despertando o interesse dos seguidores de forma mais rápida. Isso é especialmente importante em um cenário em que as pessoas têm uma tendência a rolar rapidamente os *feeds* de notícias. Numa perspectiva de abordagem visual, foi elaborado modelos de posts que podem ser utilizados por qualquer professor e suas turmas.

Figura 6. Formato sugerido de postagem no Instagram



O exemplo acima funciona como base para qualquer tipo de postagem de conteúdo da Agência Impressões insira no Instagram oficial da agência. No meio superior, vemos a logomarca da agência, a foto preenchendo todo o espaço (sugerido de 1000x1000 pixels) e sobreposto a imagem ondas, que lembram a cauda da raposa com a titulação da matéria sobreposta.

Figura 7: Instagram da agência Impressões.



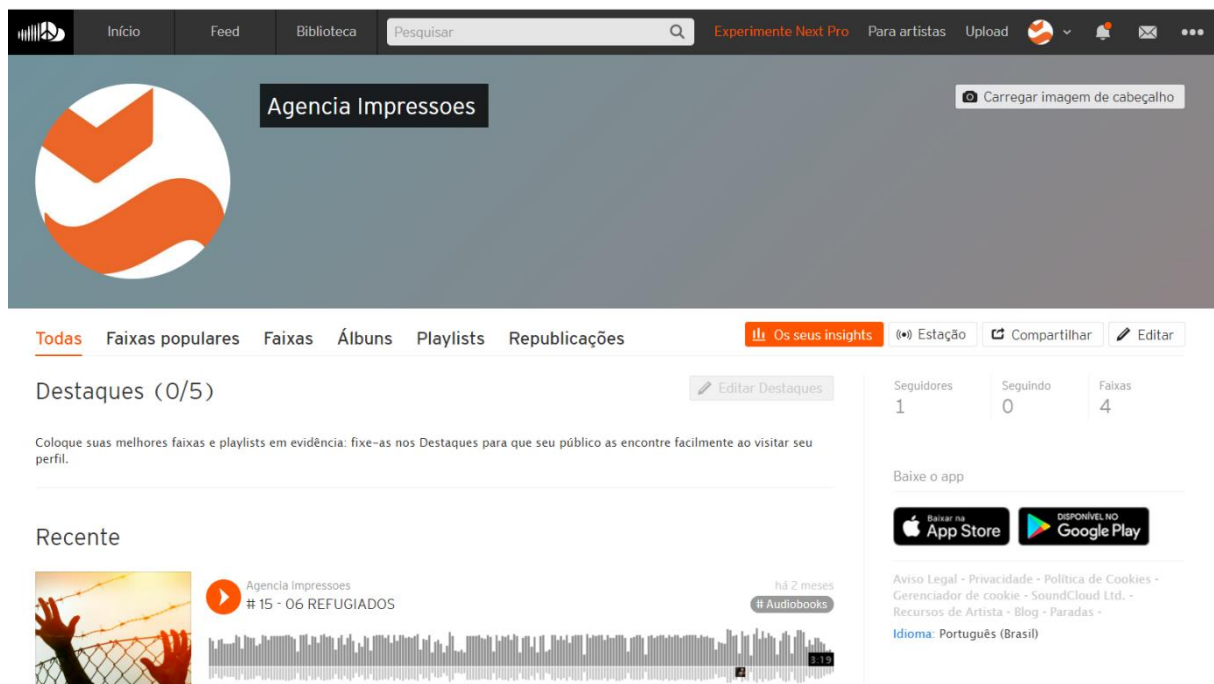
Perfil da Agência Impressões no Instagram

3.4 Soundcloud

O SoundCloud desempenha um papel significativo em uma agência de notícias, especialmente quando se trata de compartilhar conteúdo de áudio. Embora seja conhecido principalmente como uma plataforma de *streaming* de música, o SoundCloud oferece uma série de benefícios para as agências de notícias.

Ele foi escolhido como meio oficial de divulgação de matérias feitas em áudio. Ele dá a possibilidade de incorporar o áudio dentro de um texto no site da Agência Impressões.

Figura 8. Perfil da agência no Soundcloud



Fonte: SoundCloud

Perfil da Agência Impressões no Soundcloud

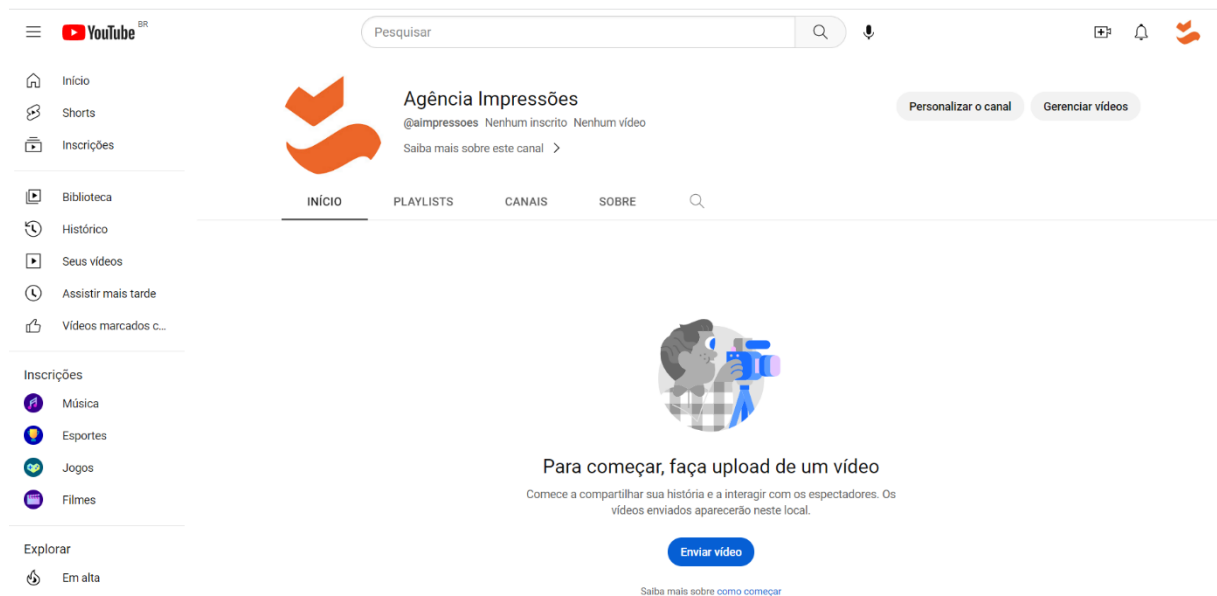
3.5 YouTube

O YouTube desempenha um papel fundamental para a Impressões, oferecendo uma plataforma poderosa para a disseminação de conteúdo jornalístico audiovisual e o alcance de um público amplo e diversificado. O YouTube é uma das maiores plataformas de compartilhamento de vídeos do mundo, com bilhões de usuários ativos mensais. Isso significa que a Agência pode aproveitar essa enorme base de usuários

para alcançar uma audiência global e potencialmente alcançar um número significativo de espectadores. Ao publicar notícias e reportagens no YouTube, a agência tem a oportunidade de alcançar pessoas que talvez não acessem outros meios de comunicação tradicionais, como jornais ou televisão.

A PUC Goiás possui um canal oficial no Youtube, sendo assim a decisão de elaborar um canal na mesma plataforma foi natural, já que no futuro o canal da Impressões será incorporado no canal oficial da PUC Goiás. Assim, quando postadas, podem ser incorporadas em matérias dentro do site Impressões.

Figura 9. Perfil da agência no Youtube



Com o tempo, as editorias do site serão incorporadas no canal oficial do Youtube, como playlists. São elas: reportagens, ponto de vista e observatório de mídia.

3.6 Regulamento

Em uma agência experimental de jornalismo, a implementação de um regulamento é de extrema importância para garantir um trabalho coletivo interdisciplinar docente. A partir do regulamento, a ideia é estabelecer diretrizes claras para o processo de edição e publicação, criando um ambiente de trabalho responsável e comprometido com a ética, de modo a disciplinar situações específicas que que interferem no funcionamento da Agência.

O regulamento da agência foi elaborado em 2008 e contemplava todo o funcionamento da mesma, desde as regras para a participação de estudantes, até previsões de estrutura organizacional. Participei das discussões sobre o regulamento geral da agência para contribuir com as peculiaridades atuais. O documento elaborado pela coordenação da Agência Impressões está em fase de leitura e aprovação pela coordenação do curso. O documento pode ser visto no anexo I.

3.7 Manual de Publicação

O manual de Publicação da Agência Impressões está no apêndice I deste trabalho. O material serve para orientar estudantes e professores sobre a inserção de uma publicação no site.

O manual é uma base importante para que todas as postagens do site sigam um padrão exemplificado por ele. Cabe a cada um dos integrantes da Agência Impressões utilizá-lo para consultas, aprenderem o passo-a-passo e atualizá-lo quando necessário.

A fonte do título, o subtítulo, o local e tamanho da fotografia e a tipografia do texto são padrão para todas as postagens. Desta forma, quando o *post* for publicado, ele estará com todas as informações padronizadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho de conclusão de curso buscou contribuir com a estruturação da Agência Experimental Impressões, sob a ótica de um discente que participou da primeira agência experimental do curso de jornalismo e em seu último período na universidade participou da nova iniciativa. Sabendo da necessidade das práticas conectadas às aulas teóricas e da intenção de um trabalho interdisciplinar entre as disciplinas dos módulos, percebi a importância em contribuir com uma proposta que envolveu planejamento e execução de produtos que integram as rotinas profissionais de um profissional da comunicação social.

A convergência do analógico para o digital foi um critério importante para que este trabalho fosse elaborado. Vimos no primeiro capítulo desta obra as mudanças que os veículos de comunicação vêm sofrendo ao longo dos anos. Atualmente boa parte da população só lê através dos meios digitais. E, cada vez mais, os estudantes precisarão se adaptar aos meios digitais, uma vez que as pessoas optam pela conectividade das mídias sociais (Instagram, TikTok, Facebook, Twitter e outras) com os sites jornalísticos. É muito raro quem digita o endereço do site para ler o conteúdo dele, mas aguarda a seleção dos algoritmos em seus feeds.

Existe aqui um desafio na formação de novos leitores, pois as pessoas querem saber cada vez mais, lendo cada vez menos os conteúdos jornalísticos, já que o excesso de informação trocada seja por aplicativos de conversação interpessoal ou diversas mídias sociais disputam a atenção ao longo do dia. É um processo de construção onde os sites de jornalismo ainda são base de informação e a conexão com os leitores é via mídias digitais.

A ideia de fazer um trabalho de conclusão de curso no formato projeto experimental tem a ver com um perfil pragmático. Contribuindo, ao longo dos anos nos projetos ao longo do curso de jornalismo, com layouts, marcas, textos e até na própria gestão das agências.

Acredito que o perfil do jornalista mudou muito de 2008, quando ingressei no curso, para os dias atuais. Hoje necessita-se de um profissional mais completo, que não deve somente saber escrever bem, mas ter um diálogo com o público e dominar as tecnologias por meio das plataformas e as linguagens próprias de cada uma delas.

Por fim, existe um sentimento em mim de ter contribuído da maneira como pude, ao longo dos anos, com produtos que ficarão na história do curso de jornalismo da PUC Goiás. É, na verdade um legado, para que novas turmas e, principalmente, alunos, se sintam parte da universidade, tendo a noção de que podem sempre sugerir novas maneiras de se fazer comunicação e de produtos comunicacionais.

Encerro aqui com o sentimento de dever cumprido após longos 15 anos. Tive a oportunidade de conhecer muitos professores, de estagiar nas coordenações dos cursos de jornalismo e do curso de publicidade; no setor que cuida da internet da PUC Goiás, na DTI e ter adquirido muito conhecimento em diversas áreas. Conhecimento esse que me permitiu trabalhar na área de eventos e descobrir meu lado de empreendedor, empresário e um apaixonado pela área de marketing. São essas experiências que ditam o tipo de profissional que se escolhe se tornar.

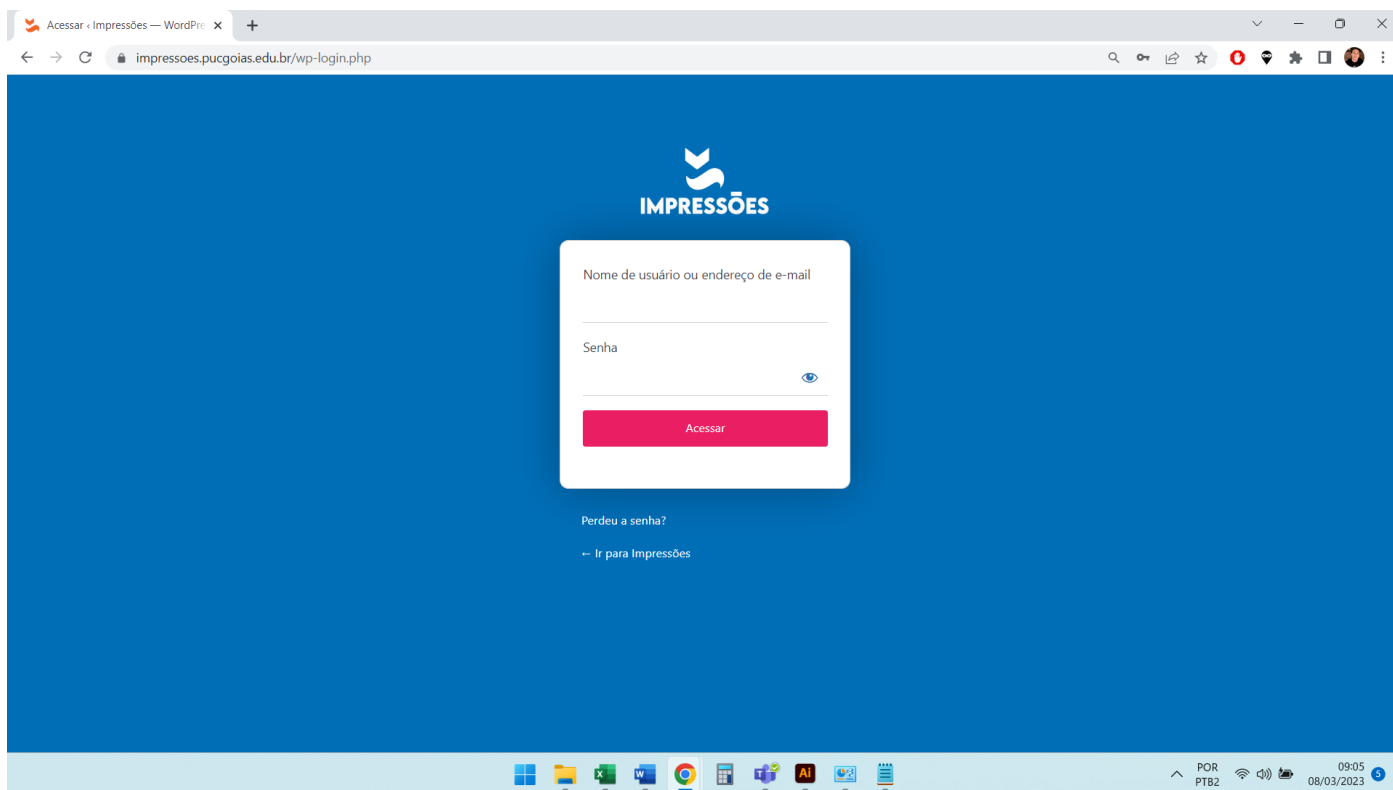
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, Caio Fernando. **A arquitetura de informação na prática: o desenvolvimento do acervo digital**. Trabalho de graduação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2008.
- MOURA, Felipe. **Psicologia das formas**. Artigo digital acessado em 27/05/2023. <https://www.avmakers.com.br/blog/psicologia-das-formas>
- CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**, 2015.
- HELLER, Eva. **A psicologia das cores**, 1ª edição. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**, 2ª edição. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
- MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- Jornalismo Opinativo: Gêneros Opinativos no Jornalismo Brasileiro. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA. **Diretrizes curriculares nacionais para o curso de jornalismo**. 2009
- http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação com extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Editora Cultrix.
- PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS. **Projeto pedagógico do curso de jornalismo**. 2019.
- SILVA, José Maria da. **Apresentação de trabalhos acadêmicos: normas e técnicas**. 6ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

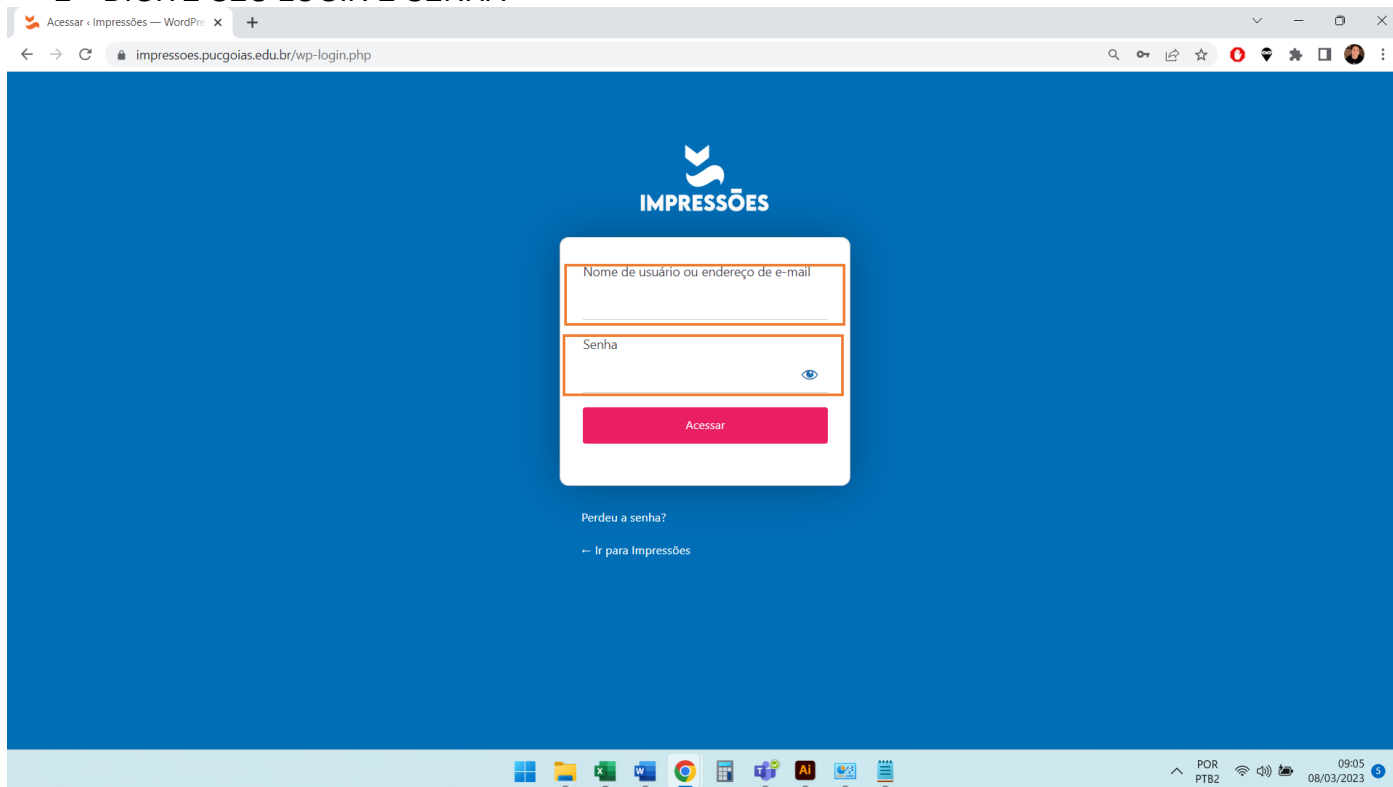
APÊNDICE I

MANUAL PARA POSTAGEM NO SITE IMPRESSÕES

1- ABRA A PAGINA DE LOGIN NO ENDEREÇO <http://impressoes.pucgoias.edu.br/wp-admin>



2- DIGITE SEU LOGIN E SENHA



3- APÓS APERTAR 'ACESSAR' A SEGUINTE PÁGINA IRÁ ABRIR

Panel < Impressões — WordPress: x +

impressoes.pucgoias.edu.br/wp-admin/

Impressões 0 + Novo Olá, Tadeu Bayma

Painel

Custom Login Page Customizer activation was successfully completed. Dismiss

Custom Login Page Customizer

Agora

68 posts 31 páginas

4 Comentários

WordPress 6.1.1 com o tema [Wesper](#).

Status do diagnóstico

Seu site tem problemas críticos que devem ser corrigidos o mais rápido possível para melhorar o desempenho e a segurança.

Deve ser melhorado

Dê uma olhada nos 5 itens na [página de status do diagnóstico do site](#).

Estatísticas do Jetpack

Sem estatísticas disponíveis para este período de tempo.

Exibir todas as estatísticas

Posts populares Mais pesquisados

Desculpe, nada a relatar. Desculpe, nada a relatar.

Proteção contra ataques de força bruta Akismet Anti-Spam

0

Tentativas de login maliciosos bloqueadas

Configure as estatísticas do Jetpack Saiba mais

POR PTB2 09:08 08/03/2023

4- CLIQUE EM POSTS, LOCALIZADO NO MENU LATERAL ESQUERDO

Panel < Impressões — WordPress: x +

impressoes.pucgoias.edu.br/wp-admin/

Impressões 0 + Novo Olá, Tadeu Bayma

Painel

Custom Login Page Customizer activation was successfully completed. Dismiss

Custom Login Page Customizer

Agora

68 posts 31 páginas

4 Comentários

WordPress 6.1.1 com o tema [Wesper](#).

Status do diagnóstico

Seu site tem problemas críticos que devem ser corrigidos o mais rápido possível para melhorar o desempenho e a segurança.

Deve ser melhorado

Dê uma olhada nos 5 itens na [página de status do diagnóstico do site](#).

Estatísticas do Jetpack

Sem estatísticas disponíveis para este período de tempo.

Exibir todas as estatísticas

Posts populares Mais pesquisados

Desculpe, nada a relatar. Desculpe, nada a relatar.

Proteção contra ataques de força bruta Akismet Anti-Spam

0

Tentativas de login maliciosos bloqueadas

Configure as estatísticas do Jetpack Saiba mais

https://impressoes.pucgoias.edu.br/wp-admin/edit.php

POR PTB2 09:09 08/03/2023

NESTA TELA VOCÊ PODE ESCOLHER ENTRE VER TODOS OS POSTS CLICANDO EM 'TODOS OS POSTS' OU JÁ CRIAR UMA NOVA Postagem, CLICANDO EM 'ADICIONAR POST'.

5- PARA EDITAR UM POST JÁ INSERIDO NO SISTEMA, CLIQUE EM 'TODOS OS POSTS' E A SEGUINTE TELA ABRIRÁ

The screenshot shows the WordPress admin dashboard for 'Impressões'. The 'Posts' section is active, displaying a list of 85 items. The table below summarizes the visible posts:

| Título | Autor | Categorias | Tags | Estatísticas | Data | Views |
|--|--------------------|----------------------|-----------------------------------|--------------|--|-------|
| Mercado de Stand Up Comedy cresce em Goiás — Rascunho | Gabriella Lucciani | Inicial | — | — | Última modificação 07/03/2023 às 09:29 | 4 |
| teste de post galeria — Rascunho | Carolina Zafino | Inicial | — | — | Última modificação 06/12/2022 às 18:55 | 0 |
| Tio Cleobaldo ajuda necessitados com comida e serviços de assistência social há mais de cinco décadas em Goiânia | Carolina Zafino | Inicial, Reportagens | assistência social, Tio Cleobaldo | | Publicado 23/11/2022 às 20:08 | 16 |
| Eu, meu filho e o autismo — Elementor | Maísa Martins | Inicial | — | | Publicado 23/11/2022 às 20:04 | 4 |

NESTA TELA CONSEGUIMOS VER O TÍTULO DO POST, O AUTOR, A CATEGORIA, AS TAGS UTILIZADAS, AS ESTATÍSTICAS, A DATA DA ÚLTIMA MODIFICAÇÃO E A QUANTIDADE DE VISUALIZAÇÕES DO POST.

6- CLICANDO NO PRIMEIRO POST EXISTENTE, TEREMOS A TELA ABAIXO:

NA MARCAÇÃO ACIMA, VEMOS O ESPAÇO DESTINADO À TITULAÇÃO DA MATÉRIA E, ABAIXO, O CAMPO PARA INSERIR TEXTOS, IMAGENS, PODCASTS, VÍDEOS E QUAISQUER OUTROS ELEMENTOS NECESSÁRIOS PARA O TEXTO.

7- APÓS FEITAS TODAS AS EDIÇÕES, BASTA CLICAR EM PUBLICAR, NO CANTO SUPERIOR DIREITO

8- ROLANDO A TELA ATÉ EMBAIXO É POSSÍVEL VER O CAMPO PARA COLOCAR AS TAGS RELACIONADAS AO CONTEÚDO

Este bloco contém conteúdo inesperado ou inválido. [Tentativa de restauração de bloco](#)

Nenhuma tag

Editor Clássico

Single Post Options

- Post Settings
- Post Review
- Post Format gallery
- Post Format quote
- Post Format vídeo
- Post Format audio

Enable Full Post

Check this to enable single post content fullwidth

Transparent header

Check this to remove background header

Post Subtitle

Post

Post Bloco

Sumário

Visibilidade Público

Publicar Imediatamente

URL impressoes.pucgoias.edu.br/mercado-de-stand-up-comedy-cresce-em-goias/

Modelo Modelo padrão

Fixar no topo do blog

Revisão pendente

FORMATO DO POST

Padrão

AUTOR

Gabriella Luccianni

[Mover para a lixeira](#)

15 revisões

BASTA CLICAR EM 'NENHUMA TAG' QUE O CAMPO FICARÁ EDITÁVEL. AS TAGS DEVEM SER SEPARADAS POR VÍRGULA.

9- AS CATEGORIAS DE POSTAGEM

Categorias

Adicionar nova categoria

Nome

O nome é como aparece em seu site.

Slug

O "slug" é uma versão amigável do URL. Normalmente é todo em minúsculas e contém apenas letras, números e hífens.

Categoria ascendente

Nenhum

Ao contrário das tags, as categorias, podem ter uma hierarquia. Você pode ter uma categoria chamada MPB e nela haver categorias para Bossa Nova e Baião. Totalmente opcional.

Descrição

A descrição não está em destaque por padrão, no entanto alguns temas podem mostrá-la.

Category Color

Selecionar cor

Category background image

Ações em massa

Aplicar

| Nome | Descrição | Slug | Contagem |
|--|-----------|-----------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> Inicial | — | sem-categoria | 65 |
| <input type="checkbox"/> Observatório de Mídia | — | observatorio-de-midia | 0 |
| <input type="checkbox"/> Ponto de Vista | — | ponto-de-vista | 5 |
| <input type="checkbox"/> Reportagens | — | reportagens | 5 |
| <input type="checkbox"/> Uncategorized | — | uncategorized | 0 |

A exclusão de uma categoria não exclui as postagens nessa categoria. Em vez disso, as postagens que foram atribuídas somente à categoria excluída serão definidas para a categoria padrão Inicial. Não é possível excluir a categoria padrão.

Para converter seletivamente categorias em tags, use o [conversor de categoria em tag](#).

POSTS MARCADOS COMO INICIAL, SERÃO DESTAQUE NA PÁGINA PRINCIPAL DO SITE

The screenshot shows the homepage of the Impressões website. The browser address bar displays "impressoes.pucgoias.edu.br". The navigation menu includes "Home", "Reportagens", "Ponto De Vista", and "Observatório De Mídia". The main content area features three article thumbnails:

- Thumbnail 1:** "Tio Clebaldo ajuda necessitados com comida e serviços de assistência social ..." by CAROLINA ZAFINO, 23 DE NOVEMBRO DE 2022. Category: Reportagens.
- Thumbnail 2:** "Eu, meu filho e o autismo" by MAISA MARTINS, 23 DE NOVEMBRO DE 2022. Category: Inicial.
- Thumbnail 3:** "A lição é não desistir" by MAISA MARTINS, 16 DE NOVEMBRO DE 2022. Category: Inicial.

The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the date 08/03/2023 and time 09:21.

AS DEMAIS CATEGORIAS IRÃO PARA SUAS RESPECTIVAS EDITORIAS, QUE FICAM ABAIXO DA CAPA DO SITE.

This screenshot shows the same website with the main content area displaying category-specific sections:

- Reportagens:** A large thumbnail for "Brasil registra 50 mortes por Covid em 24 horas; média móvel está em 77" by CAROLINA ZAFINO, 6 DE JUNHO DE 2022. Category: Reportagens.
- Observatório de Mídia:** A section with a "View All" link.
- Ponto de Vista:** A section with a "View All" link.
- Trending Now:** A section at the bottom of the main content area.

The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the date 08/03/2023 and time 09:22.

10- AS IMAGENS DE CAPA DO POST DEVERÃO SER CORTADAS NO SITE PARA QUE NÃO FIQUEM QUEBRADAS NA PÁGINA INICIAL.

Editar post "Mercado de Stand U... Impressões - Portal do curso de... | +

impressoes.pucgoias.edu.br/wp-admin/post.php?post=12702&action=edit

Editar com Elementor

Mudar para rascunho Visualizar Atualizar

Mercado de Stand Up Comedy cresce em Goiás

Editor Clássico

Este bloco contém conteúdo inesperado ou inválido. Tentativa de restauração de bloco

Público consome cada vez mais esse tipo de cultura em apresentações presenciais ou por meio de vídeos em mídias digitais.

Este bloco contém conteúdo inesperado ou inválido. Tentativa de restauração de bloco

Post Bloco

FORMATO DO POST
Padrão

AUTOR
Gabriella Luccianni

Mover para a lixeira

14 revisões

Categorias

Tags

Imagem destacada

Definir imagem destacada

Resumo

Discussão

Post

POR PTB2 09:26 08/03/2023

É NESTE CAMPO QUE A IMAGEM DE DESTAQUE SERÁ COLOCADA.

11- PARA CORTAR A IMAGEM DE CAPA BASTA CLICAR EM MÍDIA, NO MENU LATERAL ESQUERDO

Painel Impressões - WordPress - Impressões - Portal do curso de... | +

impressoes.pucgoias.edu.br/wp-admin/index.php

Olá, Tadeu Bayma

Opções de tela Ajuda

Painel

Início

Atualizações

Verification

Jetpack

Posts

Mídia

Páginas

Layouts

Comentários

Contato

Feedback

Login Customizer

Elementor

Modelos

Aparência

Plugins

Usuários

Ferramentas

Biblioteca

Adicionar novo

Agora

69 posts 31 páginas

4 Comentários

WordPress 6.1.1 com o tema Wesper.

Status do diagnóstico

Seu site tem problemas críticos que devem ser corrigidos o mais rápido possível para melhorar o desempenho e a segurança.

Deve ser melhorado

Dê uma olhada nos 5 itens na [página de status do diagnóstico do site](#).

Estatísticas do Jetpack

Sem estatísticas disponíveis para este período de tempo.

Posts populares

Desculpe, nada a relatar.

Mais pesquisados

Desculpe, nada a relatar.

Exibir todas as estatísticas

Proteção contra ataques de força bruta

0

Tentativas de login maliciosos bloqueadas

Akismet Anti-Spam

[O Antispam ajuda você a manter seu blog livre de spam!](#)

Jetpack

[Configure as estatísticas do Jetpack](#) | [Saiba mais](#)

https://impressoes.pucgoias.edu.br/wp-admin/upload.php

POR PTB2 09:27 08/03/2023

NESTA TELA VOCÊ PODE EDITAR UMA MÍDIA JÁ INSERIDA NO BANCO DE DADOS OU ADICIONAR UMA NOVA. VAMOS EDITAR UMA JÁ INSERIDA, CLICANDO EM BIBLIOTECA.

12- AO CLICAR EM BIBLIOTECA A TELA APARECERÁ DA SEGUINTE FORMA:

Biblioteca de mídia [Adicionar novo](#)

Todas as mídias Seleção em massa

Pesquisar

VIDEO-4-1.mp4 VIDEO-3-1.mp4 VIDEO-1-1.mp4 Fim-do-expediente.mp4 O-trabalho.mp4 A-rotina-do-dia.mp4

VIDEO-1-2.mp4 VIDEO-3-2.mp4 VIDEO-2-1.mp4

09:28 08/03/2023

IREMOS SELECIONAR A SEGUNDA IMAGEM DA PRIMEIRA FILEIRA COMO EXEMPLO

Detalhes do anexo

Upload feito em: 8 de março de 2023
 Enviado por: [Tadeu Bayma](#)
 Enviado em: [Contato](#)
 Nome do arquivo: Sala-203-B-Campus-V-1.jpg
 Tipo do arquivo: image/jpeg
 Tamanho do arquivo: 386 KB
 Dimensões 1444 por 964 pixels

Texto alternativo

[Descreva a finalidade da imagem.](#) Deixe em branco se a imagem é apenas decorativa.

Titulo

Legenda

Descrição

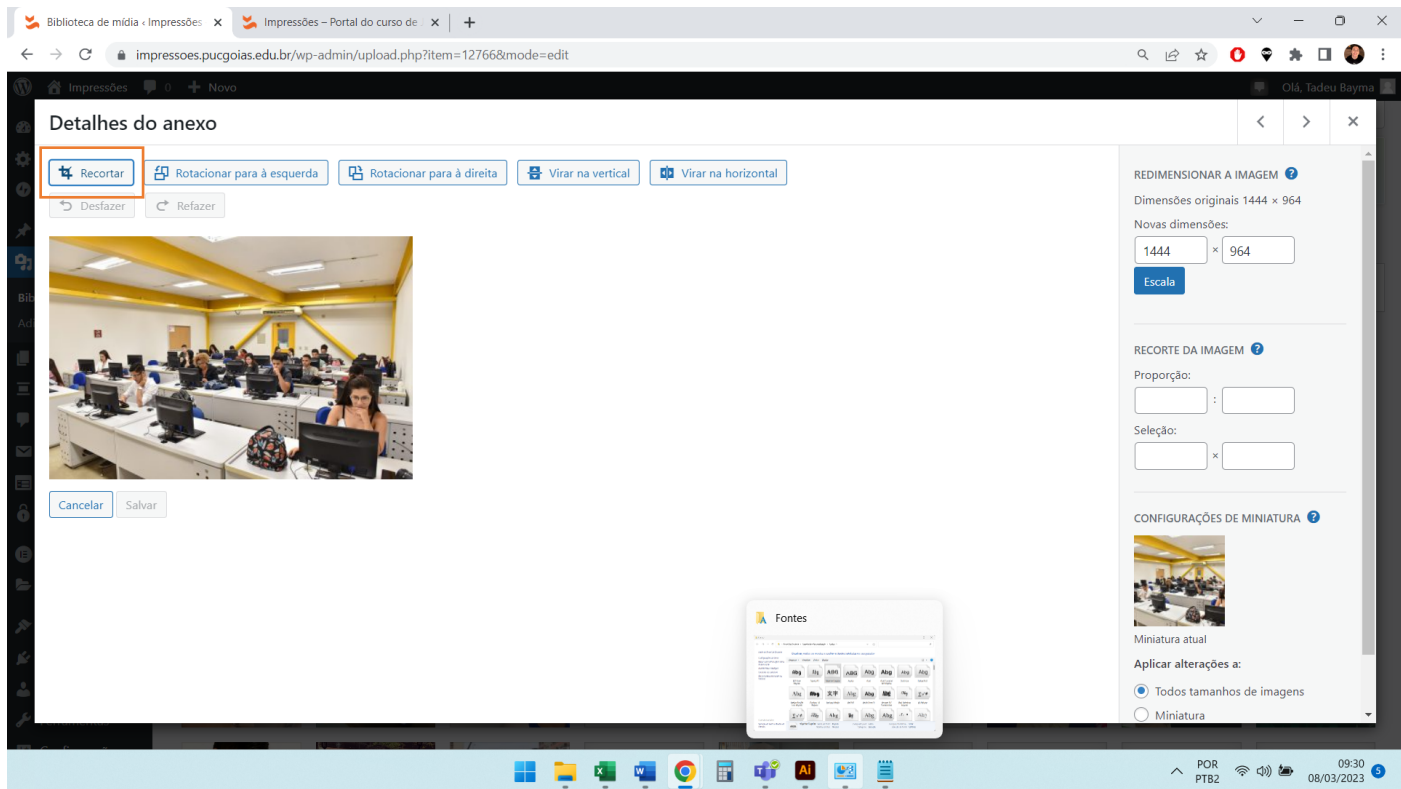
URL do arquivo:

[Ver página de anexo](#) | [Editar mais detalhes](#) | [Excluir permanentemente](#)

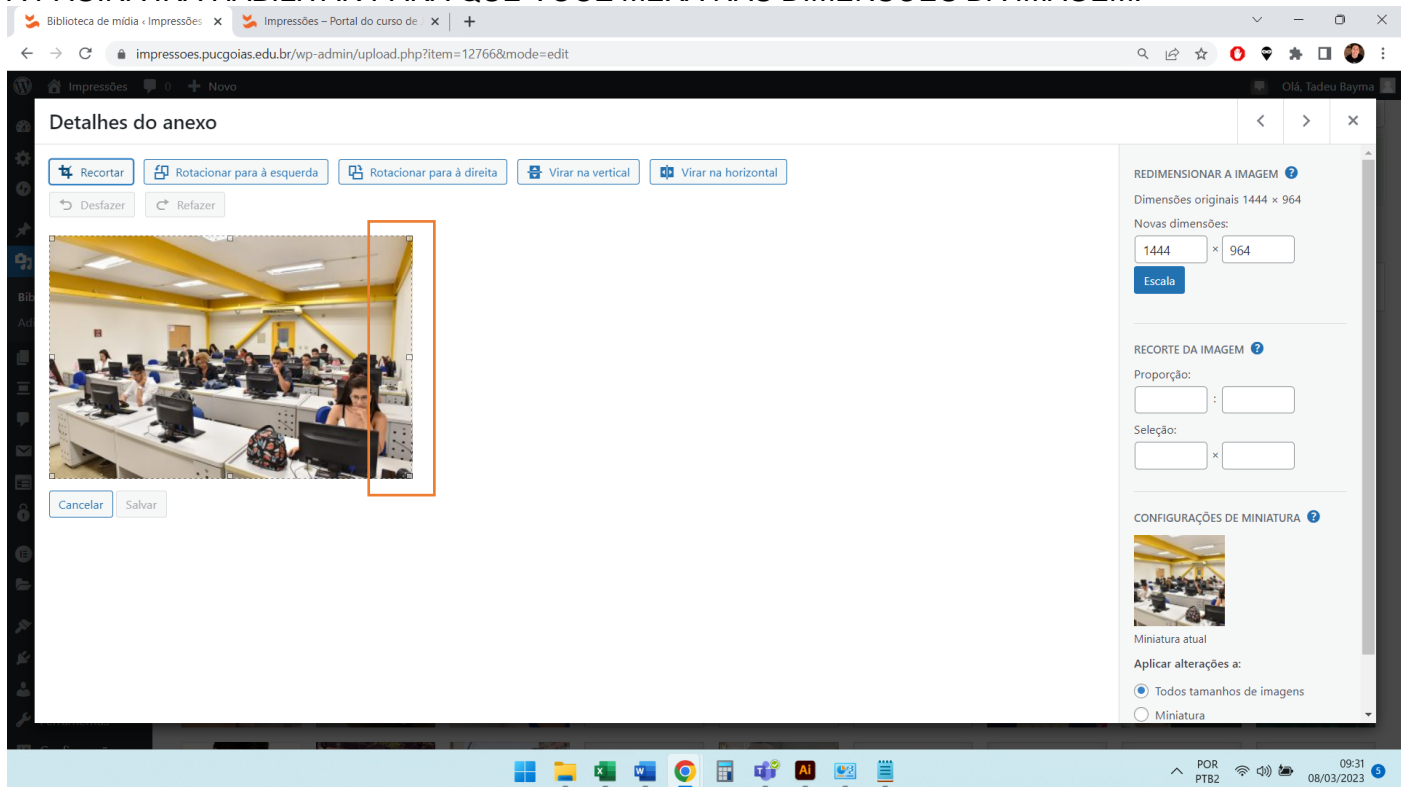
09:29 08/03/2023

COM ESSA TELA ABERTA, CLICAREMOS EM 'EDITAR IMAGEM'

APÓS ISSO, CLICAREMOS NO ÍCONE DE RECORTE



A PÁGINA IRÁ HABILITAR PARA QUE VOCÊ MEXA NAS DIMENSÕES DA IMAGEM:



AGORA BASTA REAJUSTAR A IMAGEM:

The screenshot shows the WordPress media editor interface. At the top, there are browser tabs for 'Biblioteca de mídia' and 'Impressões - Portal do curso de'. The address bar shows the URL 'impressoes.pucgoias.edu.br/wp-admin/upload.php?tem=12766&mode=edit'. The main content area is titled 'Detalhes do anexo' and contains several editing buttons: 'Recortar', 'Rotacionar para à esquerda', 'Rotacionar para à direita', 'Virar na vertical', and 'Virar na horizontal'. Below these buttons are 'Desfazer' and 'Refazer' buttons. A central image shows a classroom with students at computers. Below the image are 'Cancelar' and 'Salvar' buttons. On the right side, there are three panels: 'REDIMENSIONAR A IMAGEM' with original dimensions '1444 x 964' and new dimensions '1444 x 964'; 'RECORTE DA IMAGEM' with 'Proporção' and 'Seleção' fields; and 'CONFIGURAÇÕES DE MINIATURA' with a thumbnail and options for 'Aplicar alterações a:'. The system tray at the bottom shows the time '09:32' and date '08/03/2023'.

FEITO ISSO, CLIQUE EM RECORTAR NOVAMENTE.

This screenshot is identical to the one above, but with a red rectangular box highlighting the 'Recortar' button in the top-left editing toolbar. The rest of the interface, including the image, other buttons, and the right-hand panels, remains the same.

FEITO ISSO, CLIQUE EM SALVAR


Biblioteca de mídia Impressões x Impressões - Portal do curso de x +

impressoes.pucgoias.edu.br/wp-admin/upload.php?item=12766&mode=edit

Detalhes do anexo

Recortar Rotacionar para à esquerda Rotacionar para à direita Virar na vertical Virar na horizontal

Desfazer Refazer



Cancelar Salvar

REDIMENSIONAR A IMAGEM

Dimensões originais 1444 x 964

Novas dimensões:

1444 x 964

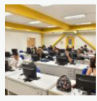
Escala

RECORTE DA IMAGEM

Proporção: :

Seleção: x

CONFIGURAÇÕES DE MINIATURA



Miniatura atual

Aplicar alterações a:

Todos tamanhos de imagens

Miniatura

POR PTB2 09:33 08/03/2023



**PUC
GOIÁS**

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE
GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO
INSTITUCIONAL
Av. Universitária, 1069 | Setor Universitário
Caixa Postal 86 | CEP 74605-010
Goiânia | Goiás | Brasil
Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62)
3946.3080
www.pucgoias.edu.br | prodin@pucgoias.edu.br

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante JOÃO TADEU BAYMA JUNIOR
do Curso de Jornalismo, matrícula 20151006503365,
telefone: 62 9 9298 2323 e-mail tadeubayma@gmail.com, na
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos
do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
Agência IMPRESSÕES: contribuição discente para o desenvolvi
mento de um ambiente experimental de ensino e aprendizagem
gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões
do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado
(Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG,
MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a
título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 27 de junho de 2023.

Assinatura do(s) autor(es):

João Tadeu Bayma Junior

Nome completo do autor:

JOÃO TADEU BAYMA JUNIOR

Assinatura do professor-orientador:

Carolina Zafino Isidoro

Nome completo do professor-orientador:

CAROLINA ZAFINO ISIDORO