Manual de Orientações do Produto final do Programa de Mestrado Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa

Reitor
Jardelino Menegat

Pró-Reitor Acadêmico
Daniel Rey de Carvalho

Pró-Reitor de Administração
Júlio César Lindemann

Diretor de Pós-graduação, Identidade e Missão
Lúcio Gomes Dantas

Diretora da Escola de Saúde e Medicina
Cristine Savi Fontanive

Diretora da Escola de Educação, Tecnologia e Comunicação
Anelise Pereira Sihler

Diretor da Escola de Exatas, Arquitetura e Meio Ambiente
Douglas José da Silva

Diretor da Escola de Humanidades, Negócios e Direito
Marcelle Gomes Figueira

Coordenadora do Mestrado Inovação em Comunicação e Economia Criativa
Florence Dravet

Serie UCB Legislação e Normas

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA

Normalização

Gerente Sistema de Bibliotecas

Leila Barros Cardoso Oliveira

Elaboração

Alberto Marques

Ciro Inácio Marcondes

Coordenadora Geral Acadêmica

Sandra Mara Bessa

Coordenadora Geral de Planejamento e Avaliação

Denise Maria dos Santos Paulinelli Raposo

Assessoras da Coordenação Geral Acadêmica

Ana Paula Costa e Silva

Chris Alves

Cynthia Vieira Rodrigues

Jussara Mendonça de Oliveira Seidel

Mércia Helena Sacramento

Tatiana da Silva Portella

Projeto Gráfico e Capa

Gerência de Relacionamento e Comunicação

Sette Graal

Universidade Católica de Brasília – EPCT QS 7 Lote 1 – Águas Claras, DF - CEP: 71966-700
(61) 3356-9000 www.ucb.br

U58m Universidade Católica de Brasília. Escola de Educação, Tecnologia e Comunicação.

Manual de orientações do produto final do programa de mestrado profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa [recurso eletrônico] / Escola de Educação, Tecnologia e Comunicação. – Brasília, DF : UCB, 2019.

(Série UCB Legislação e Normas).

Disponível em: <https://ucb.catolica.edu.br/>.

1. Universidades e faculdades. 2. Economia criativa – Pós-graduação – Manuais. 3. Comunicação social – Inovações tecnológicas. I. Título. II. Série.

CDU 378:316.774

Ficha elaborada pelo Sistema de Bibliotecas da Universidade Católica de Brasília (SIBI/UCB)
Bibliotecária Joanita Pereira Basto CRB1/2.430

SUMÁRIO

1	**INFORMAÇÕES GERAIS .....**	**5**
2	**QUALIFICAÇÃO .....**	**5**
3	**DISSERTAÇÃO, PRODUTO OU PROJETO DE APLICAÇÃO.....**	**6**
3.1	**Dissertação .....**	**6**
3.2	**Produto .....**	**6**
3.3	**Projeto de Aplicação .....**	**7**
4.	**RELATÓRIO TÉCNICO E ACADÊMICO .....**	**8**
5	**DEFESA .....**	**9**

1. INFORMAÇÕES GERAIS

O Trabalho final do curso de mestrado profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília (UCB) pode ser apresentado sob forma de **dissertação, produto ou projeto de aplicação**. Este deve ser individual, submetido a uma banca de qualificação, composta por membros internos e externo ao programa.

A estruturação do trabalho final deve estar de acordo com o Manual para Elaboração de Projetos de Dissertação[1] publicado pelo Sistema de Bibliotecas da Universidade Católica de Brasília. O discente deve também manter a observância das recomendações técnicas contidas nas normas da ABNT e no Manual para Elaboração de Projetos de Dissertação publicado pelo Sistema de Bibliotecas da Universidade Católica de Brasília[2].

Este manual busca nortear os trabalhos finais dos alunos desenvolvidos no âmbito do programa. Sua estrutura está dividida em qualificação e os trabalhos finais, sugerindo estruturas que deverão ser seguidas. Casos omissos neste manual devem ser levados ao colegiado do Curso.

2. QUALIFICAÇÃO

A qualificação é considerada componente curricular, sendo pré-requisito para a Defesa de Mestrado e Defesa de Doutorado, cujo lançamento no histórico do estudante só é feito após sua conclusão, por meio de registro em ata.

A banca de qualificação é composta por um avaliador interno, um avaliador externo e o orientador e tem por objetivo avaliar a viabilidade do trabalho proposto em seus diversos aspectos.

Todos os trabalhos propostos, independente do seu formato, devem ter uma apresentação do mestrando e sua relação com o tema, problema, objetivo geral e específicos. Metodologia ou memorial descritivo do processo de criação do produto e

[1] Disponível em: http://www.biblioteca.ucb.br/arquivos/manual_apresentacao_trabalhos_academicos_marco_2019.pdf

[2] Disponível em: https://ucb.catolica.edu.br/portal/conheca/biblioteca/elaboracao-de-trabalhos-academicos/

cronograma de execução deverão ser apresentados. Devem possuir embasamento teórico/conceitual dos assuntos ligados ao trabalho. Hipóteses devem ser apresentadas quando for o caso.

Nos produtos é *sine qua non* apresentar um cronograma para as atividades que serão realizadas. Também é importante que processos mercadológicos, custos, entre outros, estejam presentes. Por fim, mas não menos importante, as considerações finais preliminares precisarão constar.

Por fim, todos os trabalhos devem apresentar uma memória relatando suas atividades no curso até então, incluindo participações em congressos, publicações, relatos das disciplinas cursadas e o desenvolvimento da pesquisa e do produto até então. Quando for um produto, deverá apresentar também uma amostra: um trailer, uma boneca de um site, mockups de uma campanha, uma demo de um jogo, etc. A natureza específica da amostra deve ser discutida com o orientador. No caso de dissertação, deve ser apresentado ao menos um capítulo pronto, ou rascunhos consistentes de várias partes.

3. DISSERTAÇÃO, PRODUTO OU PROJETO DE APLICAÇÃO

3.1 Dissertação

A dissertação deve ser desenvolvida conforme as normas vigentes da ABNT, com elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais, que podem ser consultadas nas próprias normas da Universidade Católica de Brasília (no Manual para Elaboração de Projetos de Dissertação publicado pelo Sistema de Bibliotecas da Universidade Católica de Brasília).

3.2 Produto

O produto deve envolver atividades técnicas e/ou tecnológicas, no âmbito comunicacional. Ele pode se apresentar na forma de diversas mídias: escrita, sonora, visual, audiovisual, multimídia, transmídia, crossmídia. As plataformas de mediação podem ser analógicas, eletrônicas, digitais, impressas, ou mesmo efêmeras (caso de um evento).

O produto pode ser, portanto, permanente (como um filme, um curso online, um jogo) ou efêmero (como uma feira, um programa ao vivo, um show). O que interessa é que o produto precisa ser algo consumível por outrem. Deve haver instruções sobre sua destinação (público) e utilização. Ele deve vir acompanhado de um relatório técnico e acadêmico (relatório final) que apresente: o estado da arte de seu campo de atuação; o caráter inovador da proposta; a discriminação dos processos utilizados na composição do produto; estratégias de inserção no âmbito da economia criativa; e um guia de uso e manutenção do produto.

Todo produto, antes de começar a ser produzido, precisa ser detalhadamente discutido com o orientador, quando à sua adequabilidade em relação ao Mestrado Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa, assim como sua extensão e limitações.

Assim como a dissertação, sua redação deve atender as normas vigentes da ABNT e na Universidade Católica de Brasília, com elementos pré-textuais, elementos textuais e elementos pós-textuais.

3.3 Projeto de Aplicação

O projeto de aplicação caracteriza-se por ser a preparação complexa de um produto. Neste caso, o produto não precisa ser realizado, porque o próprio projeto em si seria qualificado o suficiente para ser apresentado na defesa. Assim, o projeto de elaboração e execução de um videogame complexo, uma campanha comunicacional grande, ou um projeto e planta arquitetônicos, seriam considerados projetos de aplicação.

As especificações do projeto de aplicação devem ser as mesmas do produto: ele pode ser referir a produtos futuros na forma de diversas mídias: escrita, sonora, visual, audiovisual, multimídia, transmídia, crossmídia. As plataformas de mediação do produtos futuro podem ser analógicas, eletrônicas, digitais, impressas, ou mesmo efêmeras (caso de um evento). Deve haver instruções sobre sua destinação (público) e utilização. Ele deve vir acompanhado de um relatório técnico e acadêmico que apresente: o estado da arte de seu campo de atuação; o caráter inovador da proposta; a discriminação dos processos utilizados na composição do projeto; estratégias de

inserção no âmbito da economia criativa; e um guia de instalação e operacionalidade do futuro projeto.

Diferentemente do produto, no entanto, o projeto de aplicação exige maior detalhamento técnico, orçamentário e teórico, além de precisar apresentar amostras consistentes do futuro produto (pode ser material promocional, teasers, trailers, maquetes, uma demo de um jogo, etc.).

Todo projeto de aplicação, antes de começar a ser produzido, precisa ser detalhadamente discutido com o orientador, quando à sua adequabilidade em relação ao Mestrado Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa, assim como sua extensão e limitações.

Assim como a dissertação, sua redação deve atender as normas vigentes da ABNT e na Universidade Católica de Brasília, com elementos pré-textuais, elementos textuais e elementos pós-textuais.

4. RELATÓRIO TÉCNICO E ACADÊMICO

O Relatório Técnico e Acadêmico (do produto e do projeto de aplicação) deve dar a conhecer o corpus, o campo e o assunto do trabalho. Além disso, deve evidenciar os procedimentos técnicos, a caminho trilhado pelo aluno na confecção do trabalho, além de metodologia, viabilidade do trabalho, inserção no campo da economia criativa, e um cronograma retrospectivo.

Portanto, junto ao produto ou projeto de aplicação, devem vir, também, no relatório, o estado da arte de seu campo de atuação; a discriminação dos processos utilizados na composição do produto; estratégias de inserção no âmbito da economia criativa; e um guia de uso e manutenção. Será importante também discriminar as relações entre os objetos do produto/projeto (quando há mais de uma mídia), e a possível continuidade do trabalho no futuro.

Assim como a dissertação, sua redação deve atender as normas vigentes da ABNT e da Universidade Católica de Brasília, com elementos pré-textuais, elementos textuais e elementos pós-textuais. Eles devem apresentar a seguinte estrutura:

- **Apresentação** (tema, produto/projeto, objetivos, público-alvo e descrição dos itens seguintes)
- **Justificativa** (conceitual, comercial, social)

- **Revisão teórica**
- **Elementos do produto e projeto de aplicação** – trajetória do aluno, em relação ao produto/projeto e tema. Anexos da produção (roteiros, storyboards, mapas, rascunhos, bonecas, mockups, etc.)
- **Relato das técnicas utilizadas**
- **Trajetória da elaboração/desenvolvimento do trabalho**
- **Explicação da viabilidade mercadológica**, especialmente em relação à economia criativa, com modelos de negócios, análise SWOT e perfil do mercado

Assim como a dissertação, sua redação deve atender as normas vigentes da ABNT e na Universidade Católica de Brasília, com elementos pré-textuais, elementos textuais e elementos pós-textuais.

5. DEFESA

A defesa deve ocorrer após o cumprimento de todas as obrigações previstas no Regulamento da Pós-graduação Stricto Senso do Curso[3]. A banca é composta por um avaliador interno, um avaliador externo e o orientador, e tem por objetivo avaliar a execução do trabalho proposto e a trajetória acadêmica do aluno durante o período do mestrado. O trabalho deve ser entregue aos membros da banca ao menos um mês antes da defesa. Se o trabalho for efêmero (feira, evento, show, etc.), deve ser devidamente registrado, com o maior detalhamento possível, para ser apresentado à banca. Nestes casos, deve-se tentar, ao máximo possível, fazer com que a banca esteja presente para conferir o produto. Nos outros casos de produto/projeto, tudo deve ser apresentado também no momento da defesa. O aluno terá o tempo máximo de 30 minutos para apresentar o produto em si e realizar sua relatoria.

[3] Disponível em: https://ucb.catolica.edu.br/portal/wp-content/uploads/2019/02/Regulamento-Mestrado-em-Comunicacao.pdf