



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus: Goiabeiras	
Curso: Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 07/10/2024			
Docente Responsável: Rosane Vasconcelos Zanotti			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/2921108870339225			
Disciplina: Teorias e Práticas Publicitárias e Novas Tecnologias		Código: COS04872	
Pré-requisito:	COS04862 / COS04865 / COS04854		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos: 3	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	30	30	
Ementa: A linguagem publicitária e as redes mundiais de informação. Ciberespaço, Internet, Hipertexto e Hipermídia: conceitos e características. O computador e a digitalização dos signos audiovisuais. Interface e interatividade: desafios para o fazer publicitário. Descentralização e desterritorialização: novos mercados e nova sensibilidade. A inteligência coletiva.			
Objetivos Específicos: Preparar o estudante de Publicidade e Propaganda para a intervenção/atuação crítica dentro de um contexto profissional e acadêmico notoriamente marcado pela transição de modelos comunicacionais, sobretudo pela presença mais efetiva da convergência midiática e a consolidação da era pós-massiva a partir da ampliação das novas redes sociais <i>online</i> .			
Conteúdo Programático Conceitos Básicos. Miatização. Inteligência coletiva. Redes Sociais. Influenciadores e criadores de conteúdo. Cultura dos fãs. Cultura do cancelamento. Hiperconexão. Criatividade e dados.			

Ativismo digital. Lei Geral de Proteção de Dados. Infodemia. Economia do ódio. Inteligência artificial. Cultura da conexão e mídia propagável.

Metodologia:

Aulas expositivas/dialogadas. Seminários individuais.

CrITÉrios/Processo de avaliação da aprendizagem:

Serão realizadas duas avaliações:

1. Seminário individual (corresponde a 60% da nota final).
2. Avaliação final em grupo (corresponde a 40% da nota final).

No final do período, os estudantes que tiverem a frequência mínima e não alcançarem média igual ou superior a 7 (sete) farão uma prova com todo o conteúdo da disciplina.

Bibliografia básica:

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003. 243 p. - (Interface) ISBN 8571107408 (broch.) [Número de chamada: 316.422.44 C348g]

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008. 380 p. ISBN 9788576570639 (broch.) [Número de chamada: 659.3 J52c]

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** 3. ed. São Paulo: Loyola, 2000. 212 p. ISBN 8515016133 (broch.) [Número de chamada: 007 L668i 8.ed.]

RABELO, Cláudio Renato Zapalá. **Faixa preta em publicidade e propaganda: conceitos, contextos e ferramentas em 63 lições.** Vitória, ES: GSA, 2018. 200 p. ISBN 9788581731544 (broch.) [Número de chamada: 659.1 R114f]

Bibliografia complementar:

ATEM, Guilherme Nery; OLIVEIRA, Thaianie Moreira; e AZEVEDO, Sandro Tôrres.

Ciberpublicidade: discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática. Rio de Janeiro: E-papers, 2014.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão.** São Paulo: Aleph, 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** 2. ed. rev. e ampl. Porto Alegre, RS: Sulina, 2014. 206 p. (Coleção cibercultura). ISBN 9788520505250 (broch.). [Número de chamada: 316.77 R311r 2.ed.]

FISHER, Max. **A máquina do caos: como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo.** 1ª ed. São Paulo, Editora Todavia, 2023.

Cronograma

Aula 1 (22/10):	Apresentação da disciplina e conceitos básicos
Aula 2 (29/10):	Lei Geral de Proteção de Dados e Inteligência Artificial
Aula 3 (05/11):	Mediatização e inteligência coletiva
Aula 4 (12/11):	Redes Sociais
Aula 5 (19/11):	Influenciadores e criadores de conteúdo
Aula 6 (26/11):	Cultura dos fãs e cultura do cancelamento
Aula 7 (03/12):	Hiperconexão
Aula 8 (28/01):	Criatividade e dados
Aula 9 (04/02):	Ativismo digital
Aula 10 (11/02):	Inteligência artificial na publicidade
Aula 11 (18/02):	Economia do ódio
Aula 12 (25/02):	Cultura da conexão e mídia propagável
Aula 13 (11/03):	Trabalho final
Aula 14 (18/03):	Semana de TCC
Aula 15 (25/03):	Trabalho final

Professora Rosane Vasconcelos Zanotti – rosane.zanotti@ufes.br