



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):			
Docente Responsável: JULIANA HOLLERBACH DE AGUILAR			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: MESTRE / http://lattes.cnpq.br/3387104347579735			
Disciplina: Tópicos Especiais em Publicidade e Propaganda V – Introdução às Novas Mídias			Código: COS04932
Pré-requisito:			Carga Horária Semestral: 60
Créditos:	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	30	30	0
EMENTA			
<p>Esta disciplina apresenta os principais temas e aplicações das mais recentes metodologias e tecnologias midiáticas. Os temas abordados compreendem formatos de narrativas digitais, mídias locativas, internet das coisas, computadores vestíveis e estratégias de gamificação. Durante o curso serão realizadas análises comparativas de produtos digitais (aplicativos, smartphones, games, etc) para mapeamento de problemas e estratégias de comunicação, usabilidade e arquitetura de informação. Através de leituras, análises e práticas, a disciplina propõe uma reflexão sobre as novas tendências e desafios da comunicação trazidas pelas novas mídias e estratégias emergentes de colaboração em rede.</p>			
OBJETIVOS			
Objetivo geral			
<ul style="list-style-type: none">• Desenvolver capacidade crítica para compreensão da comunicação dentro de novas mídias			
Objetivos específicos			
<ul style="list-style-type: none">• Contextualizar a prática da comunicação de acordo com os temas apresentados• Mapear e compreender as recentes tendências em novas mídias;• Adquirir fluência em aplicação de termos e estratégias das novas mídias;			

- Aprender métodos de comunicação atentos à estratégias de colaboração em rede, comunicação digital, inovação tecnológica e com foco no usuário.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

INTRODUÇÃO: As tecnologias e a comunicação

Panorama de novas tecnologias.

Definição de novas mídias.

TEMA 1: NARRATIVAS DIGITAIS

o livro depois do livro, repensando novas interfaces

Transmídia como estratégia de comunicação, Streaming

Estratégia de Comunicação em Redes Sociais e Storytelling

Elaborando conteúdo a partir de dados

TEMA 2: GAMIFICATION

Estratégias de jogos para comunicação

TEMA 3: MOBILIDADE E MÍDIAS LOCATIVAS

Tecnologias e serviços de localização.

Mídias locativas: ativismo, comunicação, subversão e arte.

A Internet das coisas e a produção de objetos e espaços "inteligentes".

Novas tendências de interfaces humano-máquina: da interface móvel, pelo computador vestível, à sensores embutidos em corpos, espaços e objetos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AGNER, Luiz. Ergodesign e arquitetura de informação: trabalhando com o usuário. Rio de Janeiro: Quartet, 2006.

CRONIN, David. About face 3: the essentials of interaction design. West Sussex: John Wiley and Sons, 2007

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

JOHNSON, Steven. Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

LEMOS, A. Mídias locativas e territórios informacionais.

MANOVICH, Lev. The Language of New Media. Cambridge: MIT Press, 2002.

PREECE, Jennifer; ROGERS, Yvone; SHARP, Helen. Design de Interação: Além da Interação homemcomputador. Editora Bookman, São Paulo: 2005.

ROCHA, Heloísa Vieira; BARNAUSKAS, Maria Cecília Calani. Design e avaliação de interfaces humanocomputador. 2000. Disponível em: <

http://pan.nied.unicamp.br/download_livro/livro-design-aval.zip>

SINGER, Talyta. Tudo conectado: conceitos e representações da Internet das Coisas.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BELL, David; KENNEDY, Barbara. The Cybercultures Reader. Routledge, 2000.

GREENFIELD, Adam. Everywhere.

LEÃO, Lucia. Labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 2005.

LEMOS, André. Olhares sobre a cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003.
RHEINGOLD, Howard. Smart mobs: the next social revolution. Basic Books, 2002.
TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Don. Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007

METODOLOGIA

As aulas serão divididas em síncronas e assíncronas, com aproximadamente 2 hs cada, será utilizada as ferramentas do G Suite para compartilhar informações e receber trabalhos. Nas aulas síncronas, serão abordadas questões teóricas e práticas, constantes no programa da disciplina (abaixo), em aula expositiva, ilustrada com a produção da área, aberta para a participação dos alunos. Nas aulas assíncronas, os alunos deverão ler textos e elaborar trabalhos solicitados nas síncronas. Considerando a excepcionalidade do semestre, é preciso ressaltar que as opções de ensino aprendizagem adotadas neste Plano de Ensino podem vir a ser alteradas, dependendo de como transcorrerem suas possibilidades junto aos alunos, e entre alunos e professor. As eventuais mudanças a serem adotadas serão previamente combinadas com os alunos e comunicadas previamente.

CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

- Apresentação em grupo: 3 pontos
- Persona e indicação de mídia: 2 pontos
- Apresentação de Case Gamificação: 2 pontos
- Projeto final – Estratégia de mídia: 3 pontos

Total: 10 pontos

Caso o aluno não atinja a média de 7 pontos será oferecido uma oportunidade de refazer os trabalhos até o final o período de recuperação.

LINK PARA ACESSO À SALA DO CLASSROOM:

<https://classroom.google.com/c/MzU2Nz11NjgyMzU0?cjc=ktnfuup>

LINK DAS AULAS SÍNCRONAS VIA MEET:

<https://meet.google.com/lookup/fy3n2ccaxv>

CRONOGRAMA

Aula 1 (16/06 – QUARTA-FEIRA): Apresentação da disciplina, objetivos e atividades. Apresentação do corpo docente e discente. Definição de novas mídias. Panorama de novas tecnologias. O novo normal e a comunicação no futuro.

Aula 2 (23/06 - QUARTA-FEIRA): Narrativas digitais, o livro depois do livro, repensando novas interfaces – recomendação filme Black Mirror (Netflix) – divisão de grupos

Aula 3 (30/06 – QUARTA-FEIRA): Apresentação grupo1: Livro Digital - discussões sobre FILMES BLACK MIRROR E/OU MYNORITY REPORT

Aula 4 (07/07 - QUARTA-FEIRA): Transmídia e as novas tecnologias. Streaming.

Apresentação grupo 2: Case Transmídia e novas tecnologias

Recomendação filme *O dilema das redes (Netflix)*

Aula 5 (21/07 - QUARTA-FEIRA): Storytelling e Estratégias de comunicação em redes sociais

Apresentação grupo 3: Case comunicação utilizando Redes Sociais.

Recomendação do 1º episódio da série *A Era dos dados (Netflix)*

Aula 6 (28/07 – QUARTA-FEIRA): Big data. CASES E COMENTÁRIOS SOBRE OS FILMES ELA (HER) E/OU *O dilema das redes*

Aula 7 (04/08 - QUARTA-FEIRA): Persona / Elaborando conteúdo a partir de dados. Atividade: Persona e indicação de 5 mídias.

Aula 8 (11/08 - QUARTA-FEIRA): Apresentação do trabalho Persona e indicação de 5 mídias

Aula 9 (18/08 - QUARTA-FEIRA): Gamificação e as novas tecnologias

Apresentação grupo 4: Case gamificação

Aula 10 (25/08 - QUARTA-FEIRA): Tecnologias e serviços de localização.

Apresentação grupo 5: AÇÕES DE Comunicação em tempo real

Aula 11 (01/09 - QUARTA-FEIRA): Mídias locativas: ativismo, comunicação, subversão e arte.

Apresentação grupo 6: Mídias locativas

Aula 12 (08/09 - QUARTA-FEIRA): A Internet das coisas e a produção de objetos e espaços "inteligentes" / Novas tendências de interfaces humano-máquina: da interface móvel, pelo computador vestível, à sensores embutidos em corpos, espaços e objetos. Apresentação grupo 7: Lei de Proteção de Dados

Aula 13 (15/09 - QUARTA-FEIRA): Explicação trabalho final - ação utilizando novas mídias, tira dúvidas / Apresentação de cases e possibilidades

Aula 14 (22/09 - QUARTA-FEIRA): Atendimento do trabalho final

Aula 15 (29/09 - QUARTA-FEIRA): Apresentação trabalho final

Professor: **Juliana Hollerbach de Aguiar**

Email: profju.design@gmail.com
juliana.aguiar@ufes.br