



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): 19/02/2024 | | | |
| 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. Mídiação. 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: <ol style="list-style-type: none">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, Thaianne 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: Apresentação da disciplina e conceitos básicos
- Aula 2: Mídia e inteligência coletiva
- Aula 3: Redes Sociais
- Aula 4: Influenciadores e criadores de conteúdo
- Aula 5: Cultura dos fãs e cultura do cancelamento
- Aula 6: Hiperconexão e Infodemia
- Aula 7: Criatividade e dados
- Aula 8: Ativismo digital
- Aula 9: Lei Geral de Proteção de Dados e Inteligência Artificial
- Aula 10: Inteligência artificial na publicidade
- Aula 11: Economia do ódio
- Aula 12: Cultura da conexão e mídia propagável
- Aula 13: Trabalho final
- Aula 14: Trabalho final
- Aula 15: Semana de TCC

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