



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

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>		<b>Campus:</b> Goiabeiras	
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b> 31/03/2022			
<b>Docente Responsável:</b> Rosane Vasconcelos Zanotti			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/2921108870339225">http://lattes.cnpq.br/2921108870339225</a>			
<b>Disciplina:</b> Teorias e Práticas Publicitárias e Novas Tecnologias		<b>Código:</b> COS04872	
<b>Pré-requisito:</b>	COS04862 / COS04865 / COS04854	<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h	
<b>Créditos:</b> 3	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	30	30	
<b>Ementa:</b> 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.			
<b>Objetivos Específicos:</b> 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> .			
<b>Conteúdo Programático</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Conceitos Básicos</li><li>2. Mídiação</li><li>3. Inteligência coletiva</li></ol>			

4. Redes Sociais
5. Influenciadores e criadores de conteúdo
6. Cultura dos fãs e cultura do cancelamento
7. Hiperconexão
8. Comportamento digital e confiança nas marcas
9. Ativismo digital
10. Algoritmos e curadoria de dados
11. Lei Geral de Proteção de Dados
12. Cultura da conexão e mídia propagável

**Metodologia:**

Aulas expositivas/dialogadas.

**Crítérios/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.]

**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.]

## **Cronograma**

- Aula 1: Apresentação da disciplina e distribuição dos temas
- Aula 2: Conceitos básicos, Mídiação 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
- Aula 7: Comportamento digital e confiança nas marcas
- Aula 8: Ativismo digital
- Aula 9: Algoritmos e curadoria de dados
- Aula 10: Lei Geral de Proteção de Dados
- Aula 11: Publicidade e dados
- Aula 12: Cultura da conexão e mídia propagável
- Aula 13: Metaverso
- Aula 14: Trabalho final
- Aula 15: Trabalho final

Professora Rosane Vasconcelos Zanotti – [rosane.zanotti@ufes.br](mailto:rosane.zanotti@ufes.br)