



PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO
Pós-Graduação *Lato Sensu*
Jornalismo Digital

Sumário

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento	3
2. Características Técnicas do Curso	3
3. Público-alvo	3
4. Critérios de Seleção	4
5. Justificativa do Curso	4
6. Objetivos do Curso	5
7. Competências e Habilidades do Egresso	6
8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem	7
9. Estágio Não Obrigatório	9
10. Matriz Curricular	10
11. Carga Horária	11
12. Conteúdo programático	11
13. Infraestrutura Física e Pedagógica	29

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

Nome do Curso: Jornalismo Digital

Área de Avaliação (CAPES): INTERDISCIPLINAR

Grande Área (CAPES): MULTIDISCIPLINAR

Área do Conhecimento (CAPES): INTERDISCIPLINAR

Classificação OCDE: Ciências sociais, comunicação e informação

2. Características Técnicas do Curso

Modalidade: Educação a Distância

Número máximo de vagas por Polo/Unidade: 1000 alunos

Período de Oferecimento: O curso possui entrada intermitente, respeitadas as datas de início e de fim cadastradas na oferta, bem como observado o período indicado para a sua integralização.

Limitações legais

Resolução CNE/CES Nº 1, de 06 de abril de 2018, que estabelece normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação lato sensu.

O candidato deverá ser graduado com diploma devidamente registrado segundo as normas estabelecidas pelo MEC.

3. Público-alvo

Portadores de diploma superior (bacharel e tecnólogo) das áreas de jornalismo, comunicação, design e TI interessados em utilizar dados e

ferramentas computacionais na comunicação efetiva de informação direcionada a veículos jornalísticos e de mídia.

4. Critérios de Seleção

O ingresso na pós-graduação será realizado por meio de inscrição no portal da Instituição e entrega dos documentos solicitados. Em seguida, analisados pela área competente.

5. Justificativa do Curso

O surgimento e ampla utilização das novas tecnologias, destacadamente a internet, a mídia digital e os dispositivos móveis, tiveram profundo impacto na sociedade contemporânea, criando oportunidades e desafios para aqueles que trabalham nos mais diversos setores da mídia. Especial impacto tiveram estas mudanças no campo da comunicação jornalística, demandando uma revisão dos processos produtivos noticiosos que vão desde a apuração da notícia até sua divulgação, forçando uma revisão dos processos formativos e práticas profissionais do jornalista.

Por um lado, tem-se um processo de desestruturação de todo o modelo de produção jornalística tradicional, por outro o surgimento dos mais diferentes canais, modos de expressão e meios, incluindo blogs, podcasts, portais, e os mais diversos conteúdos compartilhado pelo usuário ou construídos com o auxílio destes.

Este contexto de mudança apresenta um grande desafio aos jornalistas atuais, que precisam reforçar seu arcabouço teórico acerca da prática jornalista, rever suas ferramentas e modos de produção, e cada vez mais adquirirem familiaridade com a instantaneidade dos processos digitais nas novas formas de difusão jornalística.

Este cenário cria uma demanda constante e contínua de profissionais atualizados que consigam compreender a articulação da produção noticiosa com os novos formatos e suportes, bem como um perfil profissional capaz de gerir sua própria carreira jornalística. A presente especialização visa capacitar este profissional.

6. Objetivos do Curso

6.1. Objetivo Geral

- Capacitar profissionais a atuarem no campo de jornalismo digital nas mais diversas etapas do processo jornalística munidos de competência técnica, capacidade crítica e ética.

6.2. Objetivos Específicos

- Formar profissionais capazes de trabalhar com fontes digitais no processo jornalístico de modo eficiente e preciso, adequado a velocidade dos meios digitais.
- Instrumentalizar profissionais a realizarem investigações jornalísticas suportadas em bancos de dados e auxiliadas por dispositivos digitais.
- Habilitar profissionais a produzirem narrativas jornalísticas com base em dados e sua visualização de modo a facilitar a compreensão do público alvo.
- Familiarizar os alunos com os novos formatos de narrativa jornalística oriundos do meio digital.
- Aplicar a ciência da computação e a análise de dados a produção jornalística.

7. Competências e Habilidades do Egresso

Competências

- Senso de responsabilidade profissional pautado pela melhoria contínua de suas vivências profissionais, embasamento ético e melhoria técnica, de modo a obter diferenciação mercadológica.
- Domínio da linguagem dos meios de comunicação, em específico sua articulação com as novas tecnologias relacionada a prática jornalística.
- Capacidade de adaptação por meio de experimentação e inovação ao contexto evolutivo dos meios digitais. Busca pela inovação constante de seus métodos, técnicas e procedimentos noticiosos.
- Habilidade de acompanhar o trabalho jornalístico de forma crítica, analisando e comparando potencialidades e desafios do mercado a quem destina seu produto jornalístico.
- Competência na elaboração e produção de estratégias para o lançamento, oferta e manutenção de produtos jornalísticos no formato digital.

Habilidades

- Ter familiaridade com as principais ferramentas empregadas no jornalismo digital.
- Ser capaz de produzir podcasts e blogs jornalísticos.
- Conhecer o workflow do jornalismo de dados.
- Utilizar saberes teóricos na construção de conteúdos com maiores valores culturais, sociais e estéticos.
- Perceber novas tendências de produção de conteúdo multiplataforma.
- Desenvolver habilidade crítica sobre conteúdos para plataformas digitais.

- Capacidade de identificar nichos do mercado audiovisual.
- Compreender as legislações nacionais e internacionais de proteção de dados pessoais.
- Capacidade de gerir estrategicamente sua carreira.

8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem

O desenvolvimento das disciplinas do curso se dará no ambiente virtual, onde o aluno cumprirá 40 horas por disciplina.

Estas 40 horas são compostas pelo estudo dos diversos insumos pedagógicos disponibilizados, como:

- ✓ materiais de leitura;
- ✓ videoaulas;
- ✓ slides;
- ✓ podcasts;
- ✓ indicações de leituras extras como artigos e capítulos de livros.

Como parte do modelo acadêmico, também contabilizamos:

- ✓ a interação com os tutores para esclarecimentos de dúvidas pedagógicas (via Fórum);
- ✓ a realização da avaliação disciplinar pelo aluno.

Vale ressaltar que cada aluno é único e tem seu próprio tempo para aprendizagem. Alguns conseguem assimilar o conteúdo com mais agilidade, outros precisam retomar as leituras e videoaulas para tornar sua aprendizagem efetiva.

O tempo gasto pelo aluno para o entendimento de cada disciplina depende também da sua familiaridade com o tema, ou seja, o conhecimento prévio que o aluno tem em relação a temática abordada.

No ambiente virtual, o aluno encontrará o conteúdo das disciplinas, organizados em temas/webaulas.

Para cada um deles, o aluno realizará um conjunto de atividades baseadas em leitura de textos de fundamentação teórica e acesso a recursos audiovisuais.

Um tutor apoiará as atividades realizadas no ambiente virtual, atendendo o aluno nas suas dúvidas por meio de ferramentas de comunicação.

O aluno, ao iniciar os seus estudos, terá um encontro presencial para acolhida/ambientação; esse encontro terá como objetivos:

- ✓ Integrar o aluno ao curso de Pós-Graduação.
- ✓ Dialogar e esclarecer as dúvidas sobre a proposta pedagógica do curso e as regras acadêmicas.
- ✓ Apresentar ao aluno o Ambiente Virtual de Aprendizagem (o primeiro acesso; o envio de documentos; os serviços de secretaria e financeiro; a disciplina Ambientação; a tutoria online; o boletim acadêmico; as disciplinas e seus conteúdos; a biblioteca virtual; entre outros).
- ✓ Proporcionar um momento de Network aos pós-graduandos.

Avaliação do Desempenho do Aluno

O aluno deverá realizar as atividades propostas no ambiente virtual. A realização das atividades irá compor sua frequência no curso, que será considerada para a sua aprovação.

A atividade avaliativa que o aluno realizará para compor a sua média é a Avaliação Virtual (AV); essa atividade é obrigatória e estará disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA, conforme cronograma de seu curso.

Para a aprovação em cada uma das disciplinas, o aluno deverá obter frequência de, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) e nota igual ou superior a 7,0 (sete).

As notas devem ser expressas no intervalo de 0 (zero) a 10 (dez).

O aluno que obtiver média inferior a 7,0 (sete) nas disciplinas terá direito ao Programa de Dependência e Recuperação – PDR, mediante a solicitação de requerimento e respeitando o período de júbilamento do curso.

O PDR será realizado no ambiente virtual de aprendizagem, sendo que o aluno terá acesso ao conteúdo da disciplina e realizará uma Avaliação Virtual - AV, e a nota obtida substituirá a média do aluno.

Para a obtenção do **Certificado** de Pós-graduação *Lato Sensu* – especialização, o aluno deverá cumprir todas as condições seguintes:

- ✓ Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) em todas as disciplinas;
- ✓ Nota igual ou superior a 7,0 (sete) em todas as disciplinas.

Certificação

O Certificado de conclusão de curso de Especialização será acompanhado por histórico escolar, em cumprimento às exigências da Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação.

Composição do Corpo Docente

O corpo docente do curso é constituído por profissionais qualificados, com comprovado saber em sua área de atuação, conforme Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, sendo integrado, no mínimo, por 30% (trinta por cento) de portadores de título de pós-graduação *stricto sensu*, isto é, portadores de títulos de Mestrado e Doutorado, obtidos em programas de pós-graduação *stricto sensu* devidamente reconhecidos pelo poder público em território nacional, ou revalidados, conforme legislação vigente. Os demais docentes são certificados em nível de especialização, pós-graduação *lato sensu*, de reconhecida capacidade técnico-profissional.

9. Estágio Não Obrigatório

O estágio curricular não obrigatório tem como finalidade estimular o aluno a desenvolver atividades extracurriculares, para que possa inter-relacionar os

conhecimentos teóricos e práticos adquiridos durante o curso e aplicá-los na solução de problemas reais da profissão, proporcionando o desenvolvimento da análise crítica e reflexiva para os problemas socioeconômicos do país, de acordo com a Resolução de Estágio curricular não obrigatório vigente na Instituição.

O estágio curricular não obrigatório do curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* segue as diretrizes estabelecidas pela Lei Nº 11.788/2008.

Os principais objetivos da prática do estágio curricular não obrigatório são:

I. proporcionar o exercício do aprendizado comprometido com a realidade socioeconômica-política do país;

II. propiciar a realização de experiências de ensino e aprendizagem visando à educação profissional continuada, alicerçada no desenvolvimento de competências e habilidades e ao exercício do pensamento reflexivo e criativo; e

III. incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando ao desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da cultura.

A carga horária é definida pela concedente de estágio, não podendo ultrapassar a carga horária máxima de 6 (seis) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais, as quais podem ser realizadas em empresas públicas ou privadas, instituição de pesquisa, órgãos governamentais e não governamentais, e as próprias unidades da Universidade, desde que sigam às condições adequadas para que o estagiário possa aprofundar os seus conhecimentos teóricos e práticos adquiridos no curso.

Para o Curso de Pós-Graduação EAD, a prática do estágio curricular não obrigatório é permitida durante a vigência do curso, não podendo exceder em um mesmo campo de estágio o período de 2 (dois) anos.

Os estágios curriculares não obrigatórios devem estar apoiados em Termo de Compromisso e de comum acordo com a Instituição, devendo explicitar não somente os aspectos legais específicos, como também os aspectos educacionais e de compromisso com a realidade social.

O Planejamento do Estágio Curricular Não Obrigatório é de responsabilidade do coordenador de curso/professor orientador e também do Departamento de Estágios.

10. Matriz Curricular

DISCIPLINAS	CH PRÁTICA	CH TEÓRICA	CH TOTAL
Ambientação	0 h	0 h	0 h

Jornalismo Digital	0 h	40 h	40 h
Produção de conteúdo midiático: formatos e novas tendências	0 h	40 h	40 h
Redação digital: UX Writing, Copywriting e WebWriting	0 h	40 h	40 h
Mídia e sociedade contemporânea	0 h	40 h	40 h
Análise crítica: plataformas multimídias e conteúdo	0 h	40 h	40 h
Jornalismo Digital especializado	0 h	40 h	40 h
Produção, consumo e marketing em plataformas multimídias	0 h	40 h	40 h
Lei Geral de Proteção de Dados	0 h	40 h	40 h
Gestão de Carreira	0 h	40 h	40 h

11. Carga Horária

A carga horária de 360h constitui o conteúdo ministrado em 9 (nove) disciplinas.

12. Conteúdo programático

Disciplina: Ambientação

Ementa: Ensino a distância: características desta modalidade de estudo. A tecnologia e o ensino à distância. Legislação do Ensino a Distância no Brasil. Aspectos relacionados ao perfil no Ensino a Distância.

Competências e Habilidades:

- Compreender a modalidade de ensino a distância.

- Identificar uma relação entre tecnologia e educação no contexto do EAD;
- Discutir elementos da legislação do ensino a distância no Brasil;
- Refletir sobre o perfil do aluno em ensino a distância.

Conteúdo Programático 1: Introdução ao Ensino a Distância.

Conteúdo Programático 2: Tecnologia e educação.

Conteúdo Programático 3: Legislação do Ensino a Distância no Brasil.

Conteúdo Programático 4: Perfil do aluno no Ensino a Distância.

Bibliografia básica:

BRASIL. Ministério da Educação. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - Lei n. 9.394/96**. Brasília, 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm. Acesso em: 6 dez. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução CNE/CP n. 7, de 18 de dezembro de 2018**. Brasília, 2018. Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_RES_CNECESN72018.pdf. Acesso em: 6 dez. 2022.

GIL, H. A passagem da Web 1.0 para a Web 2.0 e... Web 3.0: potenciais consequências para uma 'humanização' em contexto educativo. 2014. **Boletim informativo Cybercentro Castelo Branco**. Castelo Branco, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2404/1/A%20passagem%20da%20Web%20Henrique.pdf>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MEYER, A. I. da S. (2022). Conceituando a Educação a Distância. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 8, n. 1, p. 590-601, [s. l.], 2022. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/3835>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VAZ, M. L. de L.; RIBEIRO, F.; COSTA, L. A. da. Os desafios da educação a distância on-line e a remotividade na nova engenharia educacional. **Brazilian Journal of Science**, v. 1, n. 4, p. 79-86. Goiás, 2022. Disponível em: <https://www.brazilianjournalofscience.com.br/revista/article/view/79>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VIEIRA, D. M. L.; COSTA, L. A.; VAZ, M. L. L. Um novo olhar para a educação a distância. In: MACHADO, G. E.; COSTA, S. C.; SILVA, K. R. P. **Debates contemporâneos: perspectivas e reflexões atuais**. Santa Maria: Arco, 2021.

Bibliografia Complementar:

BAPTISTA, M. M. Internet: auxílio à educação. **BIBLOS - Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 16, p. 37- 44, [s. l.], 2004. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/23717>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MOORE, M.; KEARSLEY, G. **Educação a distância: uma visão integrada**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

MORAN, J. M.; MASETTO, M. T.; BEHRENS, M. A. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. 21. ed. Campinas: Papirus, 2013.

PIVA, D. J.; PUPO, R.; GAMEZ, L. et al. **EAD na prática: planejamento, métodos e ambientes de educação on-line**. São Paulo: Elsevier, 2011.

Disciplina: Jornalismo Digital.

Ementa: História do jornalismo digital. Características do jornalismo digital. Jornalismo na internet: conceitos básicos, características, linguagem, credibilidade. Ferramentas de informática em jornalismo digital. Criação e gestão de produto noticioso digital. As características da mídia Internet e do jornalismo online.

Competências e Habilidades:

- Compreensão da evolução história do jornalismo digital com ênfase no cenário brasileiro.
- Conhecimento dos conceitos básicos de jornalismo na internet.
- Familiaridade com a principais ferramentas empregadas no jornalismo digital.
- Capacidade de julgar criticamente o produto noticioso digital.
- Domínio dos formatos narrativos digitais.

Conteúdo Programático 1: Jornalismo digital: contexto, história, evolução. Jornalismo digital no Brasil.

Conteúdo Programático 2: Jornalismo na internet: conceitos básicos, características, linguagem e credibilidade.

Conteúdo Programático 3: Ferramentas do jornalismo digital. Pesquisa, leitura e monitoramento de informações publicadas na internet. Criação e gestão do produto noticioso digital.

Conteúdo Programático 4: Características do jornalismo online. Tendências do jornalismo digital. Novos formatos narrativos.

Bibliografia Básica:

CONDE, Mariana. **Temas em jornalismo digital:** histórico e perspectivas. Curitiba: Intersaberes, 2018.
(<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/158937>)

PRADO, Magaly. **Webjornalismo.** Rio de Janeiro: LTC, 2011.
(<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-216-1985-7>)

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital.** São Paulo. Contexto, 2010.
(<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1691>)

Bibliografia Complementar:

CASELI, Guilherme. **Manual de Investigação digital.** São Paulo: Juspodivm, 2019)

PENA, Felipe. **1000 perguntas sobre jornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2012. (<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/158937>)

LONGO, Walter. **Trilema Digital**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021. ([https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204346/epubcfi/6/32\[%3Bvnd.vst.idref%3DePub_TrilemaDigital_cap01\]!/4\[ePub_TrilemaDigital_cap01\]/2\[idContainer030\]/2\[table001-1\]/2/2](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204346/epubcfi/6/32[%3Bvnd.vst.idref%3DePub_TrilemaDigital_cap01]!/4[ePub_TrilemaDigital_cap01]/2[idContainer030]/2[table001-1]/2/2))

Disciplina: Produção de conteúdo midiático: formatos e novas tendências

Ementa: A disciplina está alicerçada nas produções contemporâneas de maior apelo da audiência. Trará para a discussão uma série de formatos e tecnologias que são tendência no Brasil e no mundo, como as produções para redes sociais (TikTok, Instagram etc.), uso de smartphones, wearables, programações feitas para streaming, dentre tantas outras possibilidades que cativam a hiperaudiência.

Competências e habilidades:

- Capacidade para perceber as novas tendências de produção de conteúdo multiplataforma e como adaptar formatos antigos dentro de novas linguagens;
- Habilidade para pensar estratégias de marketing focadas em diferentes segmentos, sabendo como utilizar a cauda longa e os hits de nicho para o sucesso;
- Compreensão das rupturas tecnológicas inerentes da ampliação da conectividade, principalmente móvel, do crescente aumento do uso e das possibilidades com smartphones e outros wearables;
- Capacidade de pensar as características de cada plataforma e as necessidades de suas audiências, a fim de tornar o conteúdo propagável e fazer com que ele tenha potencial viralizante.

Conteúdo Programático 1: Hipertelevisão, hipercinema e hiperaudiovisual. Desbravando a hiperaudiência. Diferenças da produção em VOD, TV paga e TV

aberta. Desafios e tendências com o crescimento da comunicação digital e com a ampliação de canais de streaming. A verdade por trás da nuvem: Data centers e CDN.

Conteúdo Programático 2: Narrativa transmidiática, intermídia, crossmídia. Realidade virtual. Hologramas. Werables. Intra-pan-óptico: Entendendo o algoritmo por trás das escolhas de produtos, programações, músicas e demais itens de desejo e consumo. Streaming: Formatos e interatividade. Binge-watching.

Conteúdo Programático 3: Conteúdos nas redes sociais: (YouTube, Vimeo, Facebook, Instagram, TikTok). Estética e linguagem. O audiovisual móvel. O que muda com o 5G, internet ultrarrápida e smartphones. Youtubers, TikTokers e Instagramers: Tendências e monetização dos grandes canais de influenciadores digitais na contemporaneidade.

Conteúdo Programático 4: Publicidade para a internet: mercado em expansão. Formato, estética, linguagem e cuidados. Demandas, nichos de mercado. Conteúdos com foco no digital. Cauda Longa. O surgimento dos hits de nicho. Cultura da propagação. Cultura da participação. Realizando o grande objetivo: o conteúdo com potencial viralizante.

Bibliografia básica:

ANDERSON, C. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CARDOSO, J. C. **Plataformas de *streaming*, rupturas tecnológicas e alterações nas dinâmicas das audiências do espaço audiovisual brasileiro (2011-2021)**. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SHIRKY, C. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

Bibliografia complementar:

BAUMAN, Z. **Vigilância líquida**: Diálogos com David Lyon. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CANNITO, N. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

CARDOSO, J. C. **Binge-watching como um novo modo de assistir televisão**: uma análise comparativa entre o fenômeno em arquivo e em fluxo. Ponta Grossa: Atena, 2021.

ECO, U. **La estratégia de la ilusión**. Barcelona: Lumen, 1986.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**: Nascimento da Prisão. 26 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

INNIS, H. A. **O viés da comunicação**. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

JOHNSON, S. **Tudo que é ruim é bom pra você**: como os games e a TV nos tornam mais inteligentes. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

KINDER, M. **Playing with Power in Movies Television, and Video Games**: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles. Berkeley: University of California Press, 1991.

OROZCO GÓMEZ, G. **Televisión en tiempos de Netflix**: una nueva oferta mediática (eBook) México: Universidad de Guadalajara, 2020.

SCOLARI, C. A. This is the end: as intermináveis discussões sobre o fim da televisão. In: CARLÓN, Mario e FECHINE, Yvana (Orgs). **O fim da televisão**. Tradução Diego Andres Salceno. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014b.

WOLTON, D. **Elogio do grande público: Uma teoria crítica da televisão**. Tradução José Rubens Siqueira. São Paulo: Editora Ática, 1996.

Disciplina: Redação digital: UX Writing, Copywriting e WebWriting.

Ementa: Copywriting (Redação Publicitária) - Escrita voltada para campanhas, textos de mídias sociais e marketing. Web Writing (Redação de Conteúdo) - Escrita voltada para comunicação interna, textos de blogs, matérias de revistas,

e-books, entre outros. UX Writing (Redação da experiência do usuário) - Escrita voltada para o estudo da semântica do usuário da marca e coloca essas palavras no fluxo do site, do aplicativo, nos botões, chatbots, nas mini frases de erro ou sucesso dentro de um app e site.

Competências e Habilidades:

- Identificar aspectos editoriais e especificidades da redação digital
- Definir UX Writing, Copywriting e WebWriting
- Identificar práticas e técnicas para escrever mais e melhor na web.
- Aplicar o uso de conceitos e técnicas da Redação UX

Conteúdo Programático 1: O texto publicitário: atendimento e criação. Teoria do anúncio: argumentação e motivação. Linguagens e veículos de comunicação. Técnicas de criação em diferentes mídias.

Conteúdo Programático 2: UX Writing (Redação da experiência do usuário); semântica do usuário da marca; Introdução à escrita UX; fluxo da redação em sites, apps, botões e chatbots; UX Writing e o mercado profissional.

Conteúdo Programático 3: Copywriting: Entenda o que é Copywriting; recursos do Copywriting; como utilizar o Copywriting; Aplicando técnicas de jornalismo no Copywriting; Mercado profissional para o Copywriter.

Conteúdo Programático 4: Introdução ao WebWriting; Princípios do Webwriting; Técnicas para escrever na web; Conteúdo e SEO; Interface móvel e aspectos da redação online; Mídias sociais; Mercado profissional para o WebWriting.

Bibliografia Básica (inserir 3 bibliografias – atuais):

CARRASCOZA, J.A. **Razão e sensibilidade no texto publicitário:** como são feitos os anúncios que contam histórias 2ª Ed; São Paulo: Futura, 2012.

FIGUEIREDO, C. **Redação publicitária:** sedução pela palavra 2ª Ed; São Paulo: Thomson, 2015.

VIEIRA, S. **Raciocínio Criativo na Publicidade** 6^a ed; São Paulo: WMF Martins Fontes, 2016.

Bibliografia Complementar (inserir 3 bibliografias atuais):

CARRASCOZA, J.A. **Do caos à criação publicitária**: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade; São Paulo: Saraiva, 2008.

DUARTE, G.A. **Publicidade Nas Redes Digitais**: Estratégias Para Comunicação, Consumo e Entretenimento 1^a Ed; Curitiba: Appris, 2019.

OSTROWER, F. **Criatividade e processos de criação**. 30^a edição; Petrópolis: Vozes, 2014.

Disciplina: Mídia e sociedade contemporânea

Ementa: Esta disciplina trará como alicerce os estudos de Teoria da Comunicação. Serão discutidas uma série de saberes que deem conta de fomentar o pensamento crítico do aluno para questões fundamentais no processo da comunicação social, trazendo o debate para a contemporaneidade na tentativa de compreender os aspectos políticos, sociais, econômicos e tecnológicos. As aulas serão divididas, traçando um panorama histórico, desde a concepção dos estudos de cultura de massa, passando pela teoria crítica, até a contemporaneidade. Desta forma, a disciplina abordará uma gama de estudos para pensar a relação da mídia com a sociedade, assim como seus efeitos perante a mesma.

Competências e habilidades:

- Identificar os processos de comunicação desenvolvidos ao longo do tempo;
- Pensar a influência da mídia sobre a sociedade;
- Formar um pensamento crítico acerca da produção midiática na contemporaneidade;
- Utilizar os saberes teóricos na construção de conteúdos com maiores valores culturais, sociais e estéticos.

Conteúdo Programático 1: Teorias da Comunicação: modelos teóricos de comunicação: Primeiros estudos. Abordagem de *Public Opinion*, de Walter Lippmann e Teoria Hipodérmica de Harold Lasswell.

Conteúdo Programático 2: Teoria Crítica: Escola de Frankfurt. Conceito de Indústria Cultural, de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer. Conceito de Aura na obra de Walter Benjamin.

Conteúdo Programático 3: Relações entre Mídia e Esfera Pública: Discussões sobre o público e o privado na contemporaneidade. Processos semióticos na comunicação.

Conteúdo Programático 4: Análise crítica da sociedade: Estrutura de campos e poder simbólico. Enquadramento. *Agenda setting*. Espiral do Silêncio.

Conteúdo Programático 5: Debate político e fórmula comercial: A mídia como agente de mudança cultural, assim como a relação midiática com a democracia dentro dos campos sociais.

Conteúdo Programático 6: Opinião Pública, cultura de rede e senso comum. Comunicação na sociedade do espetáculo.

Conteúdo Programático 7: Mídia, entretenimento e democracia. Produção midiática na contemporaneidade. Estudo de produção na TV, Cinema e Internet.

Bibliografia:

ADORNO, T.W. & HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ALTUSSER, L. **Sobre a reprodução**. Petrópolis: Vozes, 2000.

BAITELLO Jr., N. **A era da iconofagia. Ensaios de Comunicação e Cultura**. São Paulo: Hacker, 2005.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo: Contraponto, 2001.

LIMA, L. C. **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

LIPPMANN, W. **Opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MARCONDES FILHO, C. **Até que ponto nos comunicamos?** São Paulo: Paulus, 2005.

MARTINO, L. M. S. **Teoria da Comunicação: ideia, conceitos e métodos**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MATOS, Olgária C. F. **A Escola de Frankfurt: luzes e sombras do iluminismo**. São Paulo: Moderna, 1993.

Disciplina: Análise crítica: plataformas multimídias e conteúdo

Ementa: A disciplina discute o impacto das novas tecnologias na criação e na produção de conteúdo audiovisual. Traz estudos sobre as necessidades criadas pelo mercado, mudanças no perfil dos consumidores, tendências e demandas por conteúdos multiplataforma. Busca também abrir o diálogo para uma crítica a respeito da produção oferecida pelas plataformas em compatibilidade com as leis que regem o audiovisual, além de averiguar a disponibilidade de conteúdos plurais que abarquem assuntos caros ao progresso social como a liberdade de expressão, pluralidade de falas, inclusão social, diversidade e questões de gênero.

Competências e habilidades:

- Desenvolver habilidade crítica sobre conteúdos para plataformas digitais;
- Adquirir repertório para desenvolver conteúdo de acordo com a legislação;
- Compreender a construção de narrativas que contradizem as diretrizes sociais saudáveis;
- Compreender e ser capaz de desenvolver conteúdos voltados para a cidadania.

Conteúdo Programático 1: Leis do audiovisual e produção de conteúdo. Classificação indicativa. Grades de programações de VOD, TV aberta e internet.

Conteúdo Programático 2: Produção de conteúdo para a internet X Legislação vigente. Desafios enfrentados pelos produtores de conteúdo no que tange o espaço virtual, muitas vezes utilizado para disseminar crimes, ódios e incitar a violência.

Conteúdo Programático 3: Impacto social das novas linguagens: plataformas digitais, Instagram, Whatsapp. Ressignificação no campo da informação. influenciadores digitais. Desafios no combate às *fake news*.

Conteúdo Programático 4: Cibercultura e a Indústria do entretenimento. Evolução da cultura moderna pela tecnologia. Audiência segmentada e multiconectada.

Conteúdo Programático 5: Produto midiático como mercadoria. Influência da publicidade nas produções das plataformas digitais.

Conteúdo Programático 6: O uso das plataformas digitais na produção e distribuição de entretenimento. Análise de conteúdo, complexidade estética e flexibilidade na linguagem.

Conteúdo Programático 7: Produções contra hegemônicas no ciberespaço. Políticas de produção audiovisual destinadas à inclusão de vozes minoritárias no processo social cultural. Gênero, diversidade, etnia.

Bibliografia:

- CAZELOTO, E. **Inclusão digital**: uma visão crítica. São Paulo: SENAC, 2008.
- COELHO, C.N.P.; CASTRO, V. J. (Orgs.) **Comunicação e Sociedade do Espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.
- DOMINGUES, I. **Terrorismo da marca**: publicidade, discurso e consumerismo político na rede. Rio de Janeiro: Editora Confraria do Vento, 2013.
- HAUG, W. F. **Crítica da Estética da mercadoria**. São Paulo: UNESP, 1997
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes e redes. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.
- TRIVINHO, Eugênio. **A dromocracia cibercultural**. São Paulo: Paulus, 2007.

Disciplina: Jornalismo Digital Especializado

Ementa: O novo jornalista, polivalente e multimídia. Experimentação de formatos tradicionais e inovadores. Portais e Sites como sistemas de concentração e distribuição de conteúdo. Matérias jornalísticas em blogs e redes sociais. O Jornalismo de Podcast.

Competências e Habilidades:

- Compreender a produção jornalista em meios digitais especializados.
- Utilização da internet como ferramenta de apoio a produção jornalística.
- Capacidade de compreender e estruturar um blog noticioso.
- Habilidade de produzir um podcast de conteúdo jornalístico.
- Entendimento da produção e divulgação noticiosa em sites e portais especializados.

Conteúdo Programático 1: Webjornalismo: formatos tradicionais e inovadores. O novo jornalista polivalente e multimídia. Apuração e divulgação da notícia nos meios digitais.

Conteúdo Programático 2: Fundamentos da produção noticiosa na internet. Portais e sites especializados. Jornalismo especializado em portais – estudo de caso.

Conteúdo Programático 3: Fundamentos da produção noticiosa em blogs. A criação e manutenção de blogs jornalísticos. Jornalismo especializado em blogs – estudo de caso.

Conteúdo Programático 4: Fundamentos da produção noticiosa em Podcast. A criação e manutenção de Podcasts. Jornalismo especializado em podcast – estudo de caso.

Bibliografia Básica:

PELLANDA, Eduardo. BARBOSA, Suzana. **Jornalismo e mídias móveis no contexto da convergência.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2104. (<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/52882/epub/0?code=7dfN/v2FEx2jWSpvCMIzr10wPFeHHPfuT20obZo5fLihCDoa/zQNa3zK1A4V87GUyN4X8P9wtLGb5V5htp3OaA==>)

MOHERDAUI. Luciana. **Jornalismo sem manchete:** a implosão da página estática. São Paulo: SENAC-SP, 2017. (<https://www.bibliotecadigitalsenac.com.br/?from=busca%3FcontentInfo%3D384%26term%3Djornalismo#/legacy/epub/384>)

FERNANDES, Alessandra. **Jornalismo:** especialização e segmentação. Curitiba: Intersaberes, 2017. (BV: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/124242>)

Bibliografia Complementar:

JARVIS, Jeff. **O que o Google faria?** Como atender às novas exigências do mercado. São Paulo: Manole, 2010. (<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520442708/pageid/5>)

RODRIGUES, Carla. **Jornalismo on-line:** modos de fazer. São Paulo: Sulina 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2015.

Disciplina: Produção, consumo e marketing em plataformas multimídias

Ementa: Discutirá as estratégias de marketing que mudaram de formato com a ascensão das redes sociais, assim como os desafios e a dinâmica da cadeia produtiva no audiovisual, desde a produção sob os modelos de negócios arraigados em nichos de mercado até as produções independentes que ganharam visibilidade com a internet. Analisará os impactos das novas tecnologias no que tange a produção e o consumo de conteúdo audiovisual.

Competências e habilidades:

- Capacidade de identificar nichos do mercado audiovisual;
- Habilidade para traçar estratégias em plataformas digitais;
- Compreender as necessidades de produção de acordo com o público alvo;
- Desenvolver campanhas focadas nas necessidades do mercado.

Conteúdo Programático 1: Produção no audiovisual: principais características do que é produzido em grande escala no mercado audiovisual (séries, filmes, novelas, peças publicitárias).

Conteúdo Programático 2: Características dos veículos de comunicação: linhas editoriais. Conteúdo direcionado de acordo com o público alvo.

Conteúdo Programático 3: Público consumidor. Apanhado de estudos sobre as preferências de programação. Audiência. Produção e adequação de conteúdos de acordo com o comportamento da sociedade contemporânea.

Conteúdo Programático 4: Identidade visual. Técnicas publicitárias. Estratégias de marketing nas mídias digitais e assessoria de imprensa. *Media training*. *Transmedia* e *crossmedia*, *Storytelling*.

Conteúdo Programático 5: Características da sociedade em rede. Formatos e novas tendências de marketing (Instagram, Facebook, Youtube, Whatsapp).

Conteúdo Programático 6: Análise crítica de peças publicitárias. Estudo de casos de sucesso, releituras e fórmulas eficazes de divulgação.

Conteúdo Programático 7: Prática: desenvolvimento de projeto escrito em forma de campanha publicitária de produto e/ou serviço que abarque estratégias de divulgação online.

Bibliografia:

BUENO, W. C. **Comunicação Empresarial:** políticas e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2009.

ELIN, Larry. **O comercial de televisão:** planejamento e produção. São Paulo: Bossa Nova, 2006.

GABRIEL, M. **Marketing na era digital**: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2011.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias**: do cinema às mídias interativas. 3. ed. rev. ampl. São Paulo: Senac São Paulo, 2010.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

PALACIOS, Fernando; TERENCEZZO, Martha. O guia completo do Storytelling. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

Disciplina: Lei Geral de Proteção de Dados.

Ementa: Direitos humanos. Direitos fundamentais. Direitos da personalidade. Direito à privacidade. Direito à proteção de dados. Obrigações dos Estados. Organismos Internacionais. Direito comparado. Fake News. Direito de resposta e de retificação. Legislação brasileira de proteção de dados: Marco Civil da Internet, Lei do Cadastro Positivo e Lei de Acesso à Informação. Legislação da União Europeia de proteção de dados.- GDR - Privacy by design e privacy by default. Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD. Transferência Internacional. Agentes de tratamento. Responsabilidades. Ressarcimentos de danos. Segurança e sigilo dos dados. Boas práticas e governança. Autoridade Nacional de Proteção de Dados. Fiscalização. Sanções administrativas

Competências e Habilidades:

- Compreender as legislações nacionais e internacionais de proteção de dados pessoais.
- Compreender as implicações da LGPD no Direito Empresarial.
- Desenvolver a habilidade de analisar violações de dados pessoais, avaliar riscos e propor soluções.
- Capacitar o aluno para que possa prestar consultoria ou analisar sua própria empresa em busca de uma adequação legal.
- Propiciar um desenvolvimento interdisciplinar tecnológico e jurídico.

Conteúdo Programático 1: Direitos humanos. Direitos fundamentais. Direitos da personalidade. Direito à privacidade. Direito à proteção de dados. Obrigações dos Estados. Organismos Internacionais. Direito comparado. Fake News.

Definição. Liberdade de expressão. Direito à informação. Censura. Anonimato. Democracia (fake news nas eleições). Ofensa aos direitos da personalidade. Direito de resposta e de retificação. Colisão de direitos fundamentais. Consequências Jurídicas. Jurisprudência.

Conteúdo Programático 2: Legislação brasileira de proteção de dados: Marco Civil da Internet, Lei do Cadastro Positivo e Lei de Acesso à Informação. Legislação da União Europeia de proteção de dados (RGPD, Regulamentos, Diretivas e Leis). Privacy by design e privacy by default. Política de Cookies..

Conteúdo Programático 3: Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD. Conceitos e terminologias. Princípios. Consentimento. Tratamento de dados pessoais, de dados pessoais sensíveis, de dados pessoais de crianças e de adolescentes, pelo Poder Público. Direitos do titular dos dados.

Conteúdo Programático 4: Transferência Internacional. Agentes de tratamento. Responsabilidades. Ressarcimentos de danos. Segurança e sigilo dos dados. Boas práticas e governança. Autoridade Nacional de Proteção de Dados. Fiscalização. Sanções administrativas.

Bibliografia Básica:

PINHEIRO, Patrícia Peck. Proteção de dados pessoais: comentários à Lei n. 13.709/2018 (LGPD). São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

PINHEIRO, Patrícia Peck. Direito Digital. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

JESUS, Damásio de. MILAGRE, José Antonio. Marco Civil da Internet: comentários à Lei n. 12.965 de 23 de abril de 2014. São Paulo: Saraiva, 2014.

BIONI, Bruno Ricardo. Proteção de dados pessoais: a função e os limites do consentimento. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

Bibliografia Complementar:

SILVA, Lucas Gonçalves da. A lei geral de proteção de dados como instrumento de concretização da autonomia privada em um mundo cada vez mais tecnológico. Revista Jurídica. vol. 03, nº. 56, Curitiba, 2019. pp. 354 – 377.

BIONI, Bruno Ricardo. A formação de uma cultura de proteção de dados a partir da nova legislação pode trazer valor agregado para as organizações. A Era do Direito – Inovar pela lei. GVEXECUTIVO. vol. 18, nº 4 • JUL/AGO 2019.

MIRAGEM, Bruno. A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei 13.709/2018) e o Direito Do Consumidor. Revista dos Tribunais. vol. 1009/2019, p. 173-222. Nov/2019.

Disciplina: Gestão de Carreira

Ementa: Esta disciplina deve abordar os conhecimentos relacionados à Gestão de Carreira e as dimensões ligadas a evolução do trabalho no mundo contemporâneo. Mais especificamente trata dos seguintes temas: Área de atuação profissional. Papel do profissional no cenário atual e as implicações desse papel na formação profissional. Condições atuais do mercado de trabalho no Brasil e suas implicações. Estratégias de evolução de trabalho. Autoconhecimento. A carreira e suas fases de desenvolvimento. Planejamento de carreira e plano de ação para busca dos objetivos pessoais e profissionais.

Competências e Habilidades:

- Capacitar o estudante na gestão da sua própria carreira profissional, identificando objetivos de longo prazo (função que almeja) na sua trajetória profissional, bem como as competências e comportamentos necessários, para o alcance dos seus objetivos de carreira;
- Mostrar a importância de uma atitude protagonista para o sucesso na carreira;
- Habilitar o leitor (aluno de qualquer área do conhecimento) ao planejamento estratégico da sua carreira, visando obter as competências, habilidades e as atitudes necessárias ao desenvolvimento da sua carreira.

Conteúdo Programático 1: Contexto. Dados do mercado de trabalho no Brasil. Cultura Brasileira nas Organizações. Visão Internacional e Grandes Tendências. O futuro do trabalho. Carreira em T.

Conteúdo Programático 2: Identidade. Vocação, Paixões, Comportamentos, Talentos, Missão Profissional.

Conteúdo Programático 3: Desenvolvimento. Competências técnicas. Competências Comportamentais. Skills que o mercado exige. Sugestões Práticas de dilemas comuns.

Conteúdo Programático 4: Mostrar o Trabalho. Empregabilidade e Networking. Como crescer na carreira. Como utilizar a marca pessoal como recurso para vender o seu trabalho. Como utilizar as redes para propagar o que você faz.

Bibliografia:

DUTRA, Joel Souza (Org.). **Gestão de carreira na empresa contemporânea**. São Paulo: Atlas, 2010.

DUTRA, Joel Souza. **Administração de Carreira**. São Paulo: Atlas, 2006.

MOGGI, Jair; BURKHARD, Daniel. **Assuma a direção de sua carreira**. São Paulo: Negócios, 2003.

EPSTEIN, David. **Porque os generalistas vencem em um mundo de especialistas**. São Paulo: Globo Livros, 2020.

VELOSO, Elza Fátima Rosa. **Carreiras sem fronteiras e transição profissional no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2012.

Demais referências:

ASHER, Donald. **How to Get Any Job, Second Edition**: Career Launch and Re-Launch for Everyone Under 30 (or How to Avoid Living in Your Parents' Basement). Berkeley: Ten Speed Press, 2011.

BALASSIANO, Moisés; COSTA, Isabel de Sá A. **Gestão de carreiras**: dilemas e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2012.

BOLLES, Richard N. How to find your mission in life? Toronto: **Ten Speed Press**, 2001.

BOCK, Laszlo. **Um novo jeito de trabalhar**. Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

BUCKINGHAM, Marcus; CLINTON, Donald O. **Descubra seus pontos fortes**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

BURNETT, Bill; EVANS, Dave. **O Design da sua vida**. São Paulo: Rocco, 2017.

GALDINI, Danilca; MAGLIOCCA, Renata; ESTEVES, Sofia. **Carreira**: você está cuidando da sua? Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2011.

GUILLEBEAU, Chris. **Nasci Para Isso** - Como Encontrar O Trabalho Da Sua Vida. São Paulo: Companhia das letras, 2017.

IBARRA, Hermínia. **Identidade de carreira**: A experiência é a chave para reinventá-la. São Paulo: Gente, 2009.

MEYER, Erin. **A Regra é Não Ter Regras**: A Netflix e a Cultura da Reinvenção. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

LEPERE, Nicole. **How to do the work**. New York, 2021.

TEPERMAN, Joseph. **Anticarreira**: O Futuro do Trabalho, o Fim do Emprego e do Desemprego. São Paulo, 2019.

13. Infraestrutura Física e Pedagógica

O aluno encontrará todo o conteúdo do curso e assistirá às aulas gravadas no ambiente virtual. Para assistir às aulas é fundamental que as especificações abaixo sejam obedecidas, possibilitando, assim, uma recepção de maior qualidade dos vídeos.

Hardware:

- Processador Intel Core 2 Duo ou superior.
- 2Gb de Memória RAM.
- Placa de vídeo com resolução 1024x768, qualidade de cor 32 bits e compatível com Microsoft DirectShow.
- Microsoft DirectX 9.0c ou posterior.

Software:

- Navegador: Firefox, Google Chrome, Internet Explorer (sempre atualizado).
- Sistema Operacional: Windows XP ou posterior.
- Adobe Flash Player (atualizado).
- *Plugin* de vídeos SilverLigth (atualizado)

Rede:

- Conexão com a Internet banda larga de no mínimo 2 MB.
- Em caso de acesso em ambientes corporativos além da velocidade, é necessário verificar as condições de segurança de rede de sua empresa e se certificar que o site não estará bloqueado.

Adicionalmente, é prevista a utilização da biblioteca virtual para consultas bibliográficas e pesquisa de assuntos referentes às disciplinas ministradas.

