

EMENTAS – JORNALISMO EM PLATAFORMAS DIGITAIS

Módulo 1 – Jornalismo e ambiência tecnológica

Convergência tecnológica e cultura da convergência (36)

Ementa: A perspectiva multidisciplinar da convergência tecnológica. As implicações da convergência na produção e plataformização da informação jornalística. Algoritmização, dataficação e vigilância. Economia política do digital e o ecossistema de plataformas. Os conceitos de “algocracia” e “bolha informacional” e as questões éticas.

Ecossistema comunicacional e jornalismo (20)

Ementa: O ecossistema comunicacional e os impactos no jornalismo. Conceitos de remediação, midiamorfose, crossmídia, multimídia e transmídia. Mídias tradicionais e digitais. Redes sociais digitais e aplicativos de interatividade. Participação e colaboratividade no jornalismo. Dispositivos móveis.

News literacy e desinformação (16) –

Ementa: O ecossistema da desordem informacional e as suas consequências na sociedade contemporânea e no jornalismo. Newsliteracy como vertente da literacia midiática. Estratégias e ferramentas de Newsliteracy. Projetos de Newsliteracy.

Módulo 2 – Jornalismo e Big Data

Reportagem guiada por dados (36)

Ementa: O jornalismo de precisão como fonte para o jornalismo guiado por dados. Competências investigativas (coleta de dados), interpretativa (análise dos dados) e comunicativa (narrativa). As fontes informativas. O tratamento dos dados. Planilhas e softwares de coleta de dados quantitativos e qualitativos. Projetos de jornalismo de dados na grande mídia e na mídia independente. Elaboração de reportagem guiada por dados.

Big data, algoritmos e legislação (20)

Ementa: O diálogo entre jornalismo, ciências da computação e da informação. O Big Data como evolução da computação. As relações entre Big data, algoritmos e inteligência artificial. Usos e abusos de dados pessoais de usuários. Marco civil da internet. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). A Lei de Acesso à Informação (LAI).

Jornalismo e metadados (16)

Ementa: As potencialidades do uso da base de dados em organizações jornalísticas como repositório de informações e memória. A estruturação em metadados para organizar, recuperar e reutilizar o material jornalístico. Exemplos de aplicação.

Módulo 3 – Jornalismo e Mobilidade

Jornalismo para dispositivos móveis e redes sociais (20)

Ementa: As características dos dispositivos móveis. Introdução à arquitetura da informação. Os dispositivos móveis como ferramenta de produção, distribuição e consumo de notícias. Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis e redes sociais digitais. Participação e interatividade com o público. Estudos de caso.

Jornalismo hiperlocal (16)

Ementa: Jornalismo de proximidade, comunitário e hiperlocal. A tecnologia digital e suas possibilidades de produção de conteúdo. Os dispositivos móveis e a geolocalização no jornalismo hiperlocal. Aspectos geográficos e engajamento cívico. Escalas e projetos de jornalismo hiperlocal.

Módulo 4 - Métricas

Planejamento e estratégias de mensuração (20)

Ementa: A relação entre planejamento e estratégia de mensuração e o modelo de negócio jornalístico. A mensuração como insumo para o planejamento de produtos jornalísticos. As audiências plataformizadas e o engajamento nas mídias sociais. A relação entre as estratégias de SEO e audiência.

Ferramentas de avaliação (16)

Ementa: Tipos de instrumentos de coleta quantitativos e qualitativos. Ferramentas para a análise de redes sociais, mídias digitais e sites (Google Analytics, Scup, Twitter Analytics, SocialRank, Facebook Insights, Batchgeo, MuckRack Who Shared My Link, Meltwater, NewLynx; Hootsui).

Módulo 5 – Produção e Gestão de conteúdo

Apuração e produção de conteúdo em mídias digitais (36)

Ementa: Planejamento de conteúdo para mídias digitais. As etapas de produção de conteúdo. Apuração em reportagem auxiliada por computador. Uso de conteúdo gerado por usuários - UGC (User Generated Content). Estratégias e técnicas de SEO (Search Engine Optimization) na produção jornalística para posicionamento nos principais buscadores da web.

Estratégias de circulação em redes sociais (20)

Ementa: Planejamento e estratégias de conteúdos jornalísticos em mídias digitais. Os diferentes perfis das redes sociais e as dinâmicas de circulação da informação. O impacto dos algoritmos na circulação de noticiários. Os novos protagonistas nas redes e a participação do público no conteúdo jornalístico.

Startups e aceleradores em jornalismo (16)

Ementa: As startups como inovação para novos modelos de negócios em jornalismo. O ciclo de vida das startups. Captação de investimento: crowdfunding, projetos para investidores, busca por patrocínio, parcerias. Programas de aceleração de startups em jornalismo.

Módulo 6 – Narrativas emergentes

Narrativas transmídia, interativas e imersivas (36)

Ementa: A narrativa transmídia e cultura da convergência. Os diferentes formatos e plataformas nas narrativas transmídia. O contexto da recepção das narrativas transmídia. Níveis de interatividade inerentes à estrutura narrativa hipertextual. A interatuação do público na narrativa. A interatividade como estratégia de engajamento e de divulgação nas redes sociais. A imersão na narrativa jornalística a partir da realidade virtual e a realidade ampliada. Níveis de imersão no ambiente digital.

Storytelling e humanização da notícia (20)

Ementa: Storytelling e storytellers no jornalismo. As relações entre storytelling e o novo jornalismo. A jornada do herói como estratégia narrativa. As etapas da estrutura narrativa. Storytelling no radiojornalismo, no webjornalismo e nas redes sociais. A humanização como recurso no storytelling.

Infografias, mapas e tabelas interativas (16)

Ementa: Tipos e fases do infográfico no jornalismo. As etapas de produção do infográfico. A hiperinfografia. A produção e aplicação de infografias, mapas e tabelas no jornalismo digital a partir do jornalismo de dados, games, realidade ampliada. Editores de infográfico.