



Disciplina Eletiva

Inovações em Mídias Convencionais

Professor Responsável:

Dr. João Batista Freitas Cardoso

Ementa

A disciplina trata das ações de comunicação que utilizam de maneira inovadora as mídias convencionais. Com base nessa delimitação, objetiva discutir estratégias de comunicação voltadas ao interesse social, veiculadas em mídias impressas (revista, outdoor, cartaz etc.) e audiovisuais (TV, rádio etc.), com foco nos processos de produção e recepção. Para isso, visa também investigar as práticas interacionais entre os signos constitutivos das linguagens midiáticas (verbivocovisual), a poética e a emergência de novas formas técnico-expressivas. A disciplina tem como principal propósito capacitar o aluno para a criação e produção de conteúdos midiáticos inovadores, direcionados ao interesse público.

Conteúdo:

- Sistemas sógnicos
- Conceitos de linguagem.
- Conceitos de mídia.
- Gêneros e tipos midiáticos.
- Práticas interacionais nos processos midiáticos.
- Análise de cases de inovação no uso de mídias convencionais.

Estratégias de ensino

- Aulas expositivas
- Leituras de textos
- Discussão dos temas
- Aulas em laboratório de informática

Avaliação

- Artigo
- Seminário
- Participação em aula

Bibliografia

BAITELLO JR, Norval. A era da iconofagia. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

CARDOSO, João Batista F. Fotografia, realismo y ética: la manipulación digital en el periodismo y la publicidad. Cuadernos.Info. , v.33, p.133 - 144, 2013. Santiago: PUC-Chile,

2013.

DUARTE, Jorge. Comunicação pública. São Paulo: Atlas, 2007

GARCIA, Amanda; CARDOSO, J. B. F. Composição Visual na Linguagem Publicitária: A Fronteira Entre os Sistemas Offline e On-line. In: Revista Conexão. v.11, p.87 - 100. Caxias do Sul: UCS, 2012. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/1232>

MACHADO, Arlindo. O sujeito na tela: modos de enunciação no cinema e no ciberespaco. São Paulo: Paulus, 2007.

McLUHAN, Marshall. Understanding Media: the extensions of a man. Cambridge: MIT Press, 1994.

NÖTH, Winfred. Semiotics of the Media: State of the art, projects and perspectives. Berlin: Mouton De Gruyter, 1997.

OLIVEIRA, E.; CARDOSO, J. B. F. Inovação na comunicação de ações reciclagem. In: Revista Comunicação e Sociedade. V.36, p.185 - 204, 2014. São Bernardo do Campo: UESP, 2014. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistasmetodista/index.php/CSO/article/viewArticle/4880>

SANTAELLA, Lúcia. Cultura das Mídias. São Paulo: Experimento, 1996.

SANTOS, Roberto E; VARGAS, Herom; CARDOSO, João Batista F. Mutações da cultura midiática. São Paulo: Paulinas, 2009.

SOUZA, Mauro Wilton. Recepção Midiática e Espaço Público – novos olhares. São Paulo: Paulinas, 2006.

SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (orgs.). Televisão Digital: desafios para a comunicação: Livro da COMPOS - 2009. Porto Alegre: Sulina, 2009.

THORBURN, David; JENKINS, Henry. Rethinking media change: The aesthetics of transition. Cambridge, MA: MIT PRESS, 2003.