



CRIAÇÃO E PRODUÇÃO EM MÍDIA DIGITAL

Obs: alterações podem ser feitas a qualquer momento, a critério da docente.

Professora

Liliane de Lucena Ito

Encontros remotos

20 de outubro – 19h00
às 21h30

24 de novembro –
19h00 às 21h30

Encontros presenciais

29 de outubro – 13h00
às 20h30

30 de outubro – 13h00
às 16h30

03 de dezembro –
13h00 às 20h30

04 de dezembro –
13h00 às 16h30

Ementa

A visada da comunicação a partir da Ecologia dos Meios. Convergência cultural e midiática. Remediação: hipermediação e imediação. Miatização da sociedade e a comunicação em circuitos e fluxos. Plataformização e IA. Criação de conteúdos *short form* e *long form*. Storytelling e o uso de dados numéricos. Credibilidade X engajamento. A audiência no digital: reflexões críticas.

Objetivos de aprendizagem

- Compreender o funcionamento complexo do ecossistema de mídias contemporâneo, visando à produção original, criativa e engajadora de conteúdos digitais para diversas finalidades de comunicação.
- Refletir criticamente sobre tendências e conceitos do campo da comunicação digital e, com o apoio de estudos de casos práticos, adquirir referenciais importantes para sustentar tanto pesquisas acadêmicas quanto ações direcionadas ao mercado de trabalho.
- Desenvolver conteúdos diversificados em formatos distintos para publicação em ambientes digitais, tendo em vista a qualidade estética, como também princípios éticos que devem reger a produção.

Metodologia de Ensino e Avaliação

A disciplina combina aulas expositivas dialogadas e metodologias ativas, como a apresentação de *cases*, produção de debates mediados, aprendizagem por projetos e criação de conteúdos em tempo e espaço delimitados.

A avaliação final será composta por dois trabalhos:

1. Projeto de artigo acadêmico (contendo título, introdução, objetivo principal e referencial teórico), produzido em duplas (ou individualmente), com intersecções teórico/metodológicas trazidas na disciplina. **Prazo de entrega:** a ser definido em sala de aula pela docente. **Peso:** 60% da nota.
2. Conjunto de produções realizadas durante as aulas, composta por ao menos 2 atividades integradas de comunicação digital (webstory, podcast, newsletter, infografia de dados). **Prazo de entrega:** a ser definido em sala de aula pela docente. **Peso:** 40% da nota.

Míni currículo da docente

Liliane de Lucena Ito é pós-doutora em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). Especialista em Marketing pela Universidade de São Paulo (USP), é professora efetiva no Mestrado em Comunicação Digital do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP-Brasília, DF). É também professora efetiva na Universidade Estadual Paulista (Unesp-Bauru, SP), onde atua como docente da graduação em Jornalismo e no programa de Mestrado e Doutorado em Comunicação desde 2022. Entre 2024 e 2025, foi *visiting researcher* na Universidade Beira-Interior (UBI), em Covilhã, Portugal. Doutora e mestra em Comunicação e graduada em Comunicação Social, Jornalismo (todos pela Unesp), foi editora-chefe da revista Comunicação Midiática de junho de 2023 a outubro de 2025. Foi coordenadora do curso de Jornalismo no Centro Universitário Sagrado Coração (Unisagrado) e docente na mesma instituição, entre 2019 e 2021. Atuou profissionalmente como redatora, repórter e editora durante 15 anos. É autora dos livros "A (R)evolução da Reportagem", editora Ria (2019); e "Músicos Independentes na Internet: novas lógicas de consagração artística", editora Appris (2017).

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6602671474725016>

Encontro I (remoto) – A digitalização da comunicação

Tópicos

- Apresentação do curso, avaliação e prazos
- *New Media Ecology* e o olhar contemporâneo sobre o ecossistema midiático
- A tripla genealogia dos meios: *remediation*
- Convergência cultural e midiática
- Discussão de *cases*: plataformação e suas implicações produtivas, éticas e estéticas

Leituras obrigatórias

Saad, Elizabeth. *A plataformação das relações sociais*: reflexões sobre a resignificação da atividade comunicativa. In: Farias, L.; Lemos, E.; Rebechi, C. (org.). *Opinião pública, comunicação e organizações: convergências e perspectivas contemporâneas*. São Paulo: Abrapcorp, p. 152-163, 2020.

Strate, Lance. Studying media as media: McLuhan and the media ecology approach. *MediaTropes eJournal*, Vol I p. 127–142, 2008.

Leituras recomendadas

Bolter, Jay David; Grusin, Richard. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: The MIT Press, 2000.



Jenkins, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

Encontro II (presencial) – Audiências voláteis: produção *mobile first*

Tópicos

- Arranjos produtivos orientados pela plataformação
- Comunicação em circuitos mediatizados
- O imperativo *mobile first*
- Formatos *short form: webstories* e vídeos curtos (*teasers*)
- Produção de atividade de comunicação digital integrada 1: *webstory*

Leituras obrigatórias

Ito, Liliane de Lucena. A ascensão do audiovisual consumido em smartphones: reflexos diretos na redação. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 17, n. 1, 2020.

Poell, Thomas; Nieborg, David; Van Dijck, José. Plataformação. *Revista Fronteiras*, v. 22, n. 1, 2020.

Leituras recomendadas

Braga, José Luiz. Circuitos de comunicação. In: Braga, José Luiz et al (org.). *Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade* [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2017.

Encontro III (presencial) – Audiências voláteis: produção *mobile first*

Tópicos

- Produção de atividade de comunicação digital integrada 1 (continuidade e publicação)
- Apresentação em sala de aula dos projetos

Encontro IV (presencial) – O império do audiovisual

Tópicos

- A linguagem do audiovisual
- Panorama de consumo de audiovisual (Brasil/mundo)
- Reflexões sobre a audiência no digital

Leituras obrigatórias

Rodrigues, Elisabete Alfeld. Roteiro: o projeto narrativo audiovisual. *Mediação*, v(7), n. 6, 2008.



Falandes, Carolina Gois; Renó, Denis Porto. O videocast 360° como novo gênero do audiovisual imersivo de não ficção. *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, v. 17, n. 2, p. 1, 2024.

Leituras recomendadas

Anaz, Sílvia Antonio Luiz. Processo criativo na indústria do audiovisual: do roteiro ao imaginário. *Galáxia*, n. 38, p. 98-113, 2018.

Campbell, Joseph. *O herói de mil faces*. Tradução de Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 1997.

Ito, Liliane de Lucena. Narrativas audiovisuais na reportagem digital: informar, interagir e reter a atenção. In: *Narrativas imagéticas, diversidade e tecnologias digitais*. UNR Editora, Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2016. p. 366-383.

Encontro V (remoto) – Mídiação da sociedade

Tópicos

- Da sociedade dos meios para a sociedade midiaticizada
- Comunicação em circuitos e a polifonia em rede: discussões éticas e estéticas

Leituras obrigatórias

França, Vera Regina Veiga. Alcance e variações do conceito de mídiação. *Redes, sociedade e pólis: Recortes epistemológicos na mídiação*. Santa Maria, FACOS/UFSM, 2020.

Leituras recomendadas

Girardi Jr, Liráucio. Mídiação Profunda, Plataformas e Logjests. **E-Compós**, v (24), 2021.

Vieira, Livia de Souza. Métricas editoriais no jornalismo online: ética e cultura profissional na relação com audiências ativas. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina, 2018.

Encontro VI (presencial) – Audiências fidelizadas: O poder do áudio

Tópicos

- Do rádio ao podcast: vida longa à mídia sonora
- Técnicas de produção sonora – pré-produção, roteiro, gravação, edição, publicação
- Produção de atividade de comunicação digital integrada: *podcast*

Leituras obrigatórias

Lemos, André. Podcast: emissão sonora, futuro do rádio e cibercultura. *Radiofonias—Revista de Estudos em Mídia Sonora*, v. 15, n. 1, 2024.



Herschmann, Micael; kischinhevsky, Marcelo. A "geração podcasting" e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. *Revista Famecos*, v. 15, n. 37, p. 101-106, 2008.

Leituras recomendadas

Miranda, João et al. O podcast como remediação da rádio e da televisão nos pequenos mercados: O caso português. *Comunicação Pública*, v. 16, n. 31, 2021.

Encontro VII (presencial) – Audiências fidelizadas: texto como espinha dorsal

Tópicos

- Quem consome texto na atualidade?
- Técnicas de webwriting e o tom da escrita
- Curadoria de conteúdos: newsletters
- Produção de atividade de comunicação digital integrada: *newsletter*

Leituras obrigatórias

Rodrigues, Bruno. *Webwriting*: redação para a mídia digital. São Paulo: Atlas, 2014.

BRUNS, Axel. Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. *Brazilian journalism research*, v. 7, n. 2, p. 119-140, 2011.

Leituras recomendadas

Bhaskar, Michael. *Curadoria*: o poder da seleção no mundo do excesso. Edições Sesc São Paulo, 2019.

Osório, Moreno Curz; Vieira, Livia de Souza. Uma reflexão sobre o método da curadoria a partir da newsletter Farol Jornalismo. Anais do 19º Encontro Nacional De Pesquisadores Em Jornalismo, 2021.

Encontro VIII (presencial) – Audiências fidelizadas: Uso de dados em conteúdos digitais

Tópicos

- *Big Data* e suas implicações para a produção de mídia digital
- Bios midiático: vigilância e capitalismo informacional
- Discussão de *cases*: produção orientada por métricas digitais
- Credibilização de conteúdo: infografia e *data view*
- Produção de atividade de comunicação digital integrada: infografias animadas

Leituras obrigatórias

Sodré, Muniz. *Antropológica do espelho*: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

Leituras recomendadas

Ito, Liliane de Lucena; Casadei, Eliza Bachega. O consumo simbólico da desinformação ancorada na credibilidade jornalística: análise de elementos de legitimação do discurso nas Eleições de 2022. *Mídia e Cotidiano*, v. 18, n. 1, p. 169-195, 2024.

Ito, Liliane de Lucena; Renó, Luciana; Renó, Denis Porto. Jornalismo de dados imagético para mobile: o caso do 2: 59, do jornal português Expresso. In: Gosciola, Vicente; Davino, Glaucia; Irigaray, Fernando; Granato, Mariany; Rodrigues, Catarina (org.). *Experimentações Narrativas, Roteiros, Mobilidade e Marketing*, Aveiro: Ria Editorial, p. 126-136, 2018.

Bounegru, Liliana; Chambers, Lucy; Gray, Jonathan. *The data journalism handbook*. European Journalism Centre, 2012.