



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE DISCIPLINA



<b>Nome do Componente Curricular em português:</b> Gestão de Conteúdo e Análise de Redes Sociais		<b>Código:</b> JOR045	
<b>Nome do Componente Curricular em inglês:</b> <i>Content Management and Social Networks Analysis</i>			
<b>Nome e sigla do departamento:</b> Departamento de Jornalismo - DEJOR		<b>Unidade Acadêmica:</b> ICSA	
<b>Modalidade de oferta:</b> <input checked="" type="checkbox"/> presencial <input type="checkbox"/> a distância			
<b>Carga horária semestral</b>		<b>Carga horária semanal</b>	
<b>Total</b> 60 horas	<b>Extensionista</b> 0	<b>Teórica</b> 2 horas/aula	<b>Prática</b> 2 horas/aula
<b>Ementa:</b> Definição de Marketing de Conteúdo e o seu uso para a comunicação. Estratégias de produção e circulação de conteúdo online. Análise e direcionamento de público a partir do tipo de conteúdo, formato e plataforma de circulação. Redes Sociais Digitais. Curadoria de conteúdo. Redes sociais, algoritmos e filtros bolha. Ferramentas de coleta e mesura de dados. Protocolos de Análise de Redes Sociais. Investigação das dinâmicas de recirculação e aspectos da apropriação social das informações delineados nas plataformas de redes sociais.			
<b>Conteúdo programático:</b> 1. Aspectos do marketing digital na ecologia midiática contemporânea 1.1 Agenciamentos e fluxos informacionais em dinâmicas de redes 1.2 Lógicas de colaboração e compartilhamento: marketing de conteúdo e marketing de influência 1.3 Sistemas de recomendação e curadoria de conteúdos: mediações algorítmicas 2. Redes sociais: dinâmicas e processos de circulação em lógicas de conexão 2.1 Produção de conteúdos e dinâmicas de circulação na lógica de conexões 2.2 Redes de circulação e recirculação de informações 2.3 Plataformização de processos e conteúdos 2.4 Interfaces entre Jornalismo e Marketing Digital 3. Gestão de conteúdos e processos em dinâmicas de redes 3.1 Aspectos essenciais de Análise de Redes Sociais 3.2 Coleta, análise e visualização de dados			
<b>Bibliografia básica:</b> COSTA, P. A presença de arquétipos nos youtubers: modos e estratégias de influência. <b>Galáxia</b> , n 45, 2020. Disponível em: <a href="https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/47613/33164">https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/47613/33164</a> . Acesso em: 19 set. 2021.  GILLESPIE, T. A relevância dos algoritmos. <b>Revista Parágrafo</b> , v. 6, n.1, 2018. Disponível em:			



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE DISCIPLINA



[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5971548/mod\\_resource/content/1/722-2195-1-PB.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5971548/mod_resource/content/1/722-2195-1-PB.pdf). Acesso em: 11.abr.2022

RECUERO, R. **Introdução à análise de redes sociais**. Salvador: EDUFBA, 2017. 80p. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/24759>. Acesso em 19 set. 2021.

SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Orgs.). **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações**. São Paulo: Uva Limão, 2016. Disponível em: <https://www.ibpad.com.br/o-que-fazemos/publicacoes/monitoramento-e-pesquisa-em-midias-sociais-metodologias-aplicacoes-e-inovacoes/> Acesso em 19 set. 2021.

VIMIEIRO, A. O legado dos estudos culturais para as pesquisas de cultura digital: Uma introdução aos conceitos de cultura participativa, produtividade textual e produsage. In: BARBOSA, Jan Alyne; SATUF, Ivan (orgs.). **Comunicação em Ambiente Digital**. Covilhã, Portugal: Editora Labcom - UBI, 2019. Disponível em: <http://labcom-ifp.ubi.pt/book/327> . Acesso em: 19 set. 2021.

**Bibliografia complementar:**

ARAÚJO, W. Norma algorítmica como técnica de governo em Plataformas Digitais: um estudo da Escola de Criadores de Conteúdo do YouTube. **Fronteiras**, v 23, n 1, 2021. Disponível em: <http://www.revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/20534>

ALZAMORA, G. C.. TELEVISÃO EM SEMIOSE: mídia, intermídia, transmídia. In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação XXVI Encontro Anual da Compós,, 2017, São Paulo. Anais -> 2017 - XXVI COMPÓS: SÃO PAULO/SP, 2017. v. 1. p. 1-18. Disponível em: [https://www.academia.edu/39648602/TELEVIS%C3%83O\\_EM\\_SEMIOSE\\_m%C3%ADdia\\_interm%C3%ADdia\\_transm%C3%ADdi](https://www.academia.edu/39648602/TELEVIS%C3%83O_EM_SEMIOSE_m%C3%ADdia_interm%C3%ADdia_transm%C3%ADdi).

KOTLER, P; KARTAJAYA, H; SETIAWAN, I. **Marketing 5.0: Technology for humanity**. Hoboken, New Jersey: Wiley, 2021. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=lgAXEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=kotler+marketing+5.0&ots=XMIEAerW4P&sig=AXFvCaG2GltPBnYt3-A5oaoFj1Y#v=onepage&q=kotler%20marketing%205.0&f=false> Acesso em: 19 set. 2021.

POELL, T; NIEBORG, D; DIJCK, J. Plataformização. **Revista Fronteiras**, v 22, n 1, 2020. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01/60747734>

SILVA, L; FRANCISCO, R; SAMPAIO, R. Discurso de ódio nas redes sociais digitais: tipos e formas de intolerância na página oficial de Jair Bolsonaro no Facebook. **Galáxia**, n 46, 2021. Disponível em:



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO**  
**PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO**  
**PROGRAMA DE DISCIPLINA**



<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/51831/35660> Acesso em: 19 set. 2021.