

**CENTRO REGIONAL PARA AL FOMENTO DEL LIBRO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE/UNESCO  
FUNDAÇÃO ESCOLA DE SOCIOLOGIA E POLÍTICA DE SÃO PAULO  
GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**

**CURSO DE ENSINO A DISTÂNCIA  
GESTÃO DA INFORMAÇÃO DIGITAL**

**MÓDULO 2**

**CURADORIA DE CONTEÚDO E EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO**

**PROF. THAIS CAMPAS PASSOS**

**PROGRAMA DA DISCIPLINA**

**São Paulo**

**2019**



Gestão da Informação Digital  
Curso de Ensino à Distância 40h

Curadoria de Conteúdo e Experiência do Usuário  
Prof. Thais Campas Passos

**Programa da Disciplina**



## Curadoria de Conteúdo 8h

### PLANO DE ENSINO

#### I. IDENTIFICAÇÃO

<b>DISCIPLINA</b>	Curadoria de Conteúdo	<b>CARGA HORÁRIA</b>	8 hs
<b>CURSO</b>	EAD Gestão de Informação Digital 40h	<b>SEMESTRE</b>	N/A
<b>PROFESSOR</b>	Thais Campas Passos	<b>TITULAÇÃO</b>	Especialista

#### II. OBJETIVOS

A – Geral (is)

Apresentar ao aluno as definições, conceitos e delimitações do trabalho em Curadoria de Conteúdo (contemplando todo o ecossistema da informação/conhecimento), bem como métodos e ferramentas de diagnóstico, planejamento e gestão das estratégias de conteúdo integrada ao planejamento de comunicação das organizações.

B – Específico (s)

Ao final do módulo o aluno será capaz de:

1. Levantar (inventariar) conteúdos e suas fontes/matriz geradoras, replicadoras e influenciadoras (indivíduos, comunidades e publicações).
2. Estruturar o Planejamento de Curadoria como Planejamento de Comunicação, selecionando e utilizando os métodos e respectivas ferramentas, adequados a cada momento, segmento, circunstâncias e particularidades do ciclo de vida do projeto.

#### III. EMENTA

Estudo e reflexão sobre os pilares estratégicos fundamentais e ciclo de vida dos projetos de Curadoria de Conteúdo, importância e papel do Curador no processo da Gestão da Informação, como agente estratégico na aderência ao planejamento de comunicação organizacional. Visão da Curadoria de Conteúdo como elemento da Gestão da Informação dentro do Planejamento de Comunicação Estratégico Organizacional, seu ciclo de vida e ecossistema.



#### IV. CONTEÚDO SELECIONADO

- Metodologias e ferramentas para mapeamento, inventário de conteúdos e processos, bem como *stakeholders*, facilitadores e influenciadores.
- Usuários, contexto e cenários de uso da informação, bem como conceito de "entrega de valor" a segmentos e usuários (público-alvo).

#### V. METODOLOGIA

A – Métodos

Aulas expositivas, com exercícios e exemplos práticos.

#### VI. AVALIAÇÃO

Prova final ao curso.

#### VII. BIBLIOGRAFIA

Básica:

JHONSON, Steven. **Cultura da Interface: Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**, Ed. ZAHAR. Rio de Janeiro, 2001.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Editora Campus. Rio de Janeiro: 2006

GOMES FILHO, João. **Gestalt do Objeto: Sistema de Leitura Visual da Forma 9**. Ed. Escrituras. São Paulo, SP: São Paulo, 2012.

Complementar:

GECK, Caroline. **The Generation Z Connection: Teaching Information Literacy to the Newest Net Generation**. RedOrbit.com, Copyright Ken Haycock & Associates: fev. 2006.

DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da INFORMAÇÃO**. São Paulo, SP: Ed Futura, 1998.

ALBUQUERQUE BARRETO, Aldo. **Uma quase história da ciência da informação**. AtaGramZero - Revista de Ciência da Informação - v.9 n.2 abril/2008

MATTELART, Armand e Michèle. **História das Teorias da Comunicação**, 4. Ed. Edições Loyola. São Paulo, SP: São Paulo, 2001.

GLEICK, James. **A informação: uma história, uma teoria, uma enxurrada**. Companhia das Letras. São Paulo, 2013.



VIII. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

Aula	Descrição da Aula
Aula 1	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comunicação convencional x comunicação interativa, iterativa e incremental.</li><li>• Engajamento e Prevalência do Conteúdo</li><li>• Ferramenta Canvas para Projetos de Curadoria Digital</li></ul>
Aula 2	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estrutura do Canvas:<ul style="list-style-type: none"><li>○ Objetivo de Comunicação</li><li>○ Periodicidade/sazonalidade</li><li>○ Público-alvo (usuários)</li><li>○ Canais</li><li>○ Fontes e Colaboradores</li><li>○ Contexto de USO</li><li>○ Principais Assuntos</li><li>○ Diferencial ou entrega de valor</li></ul></li></ul>
Aula 3	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Modelo Mental</b></li><li>• Cognição Humana</li><li>• Ecossistema do Usuário<ul style="list-style-type: none"><li>○ Usuários Primários, Secundários e Terciários</li><li>○ Contexto de USO</li><li>○ Cenário de USO</li></ul></li></ul>
Aula 4	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Ecossistema do Negócio (apresentando o UX Canvas)</b><ul style="list-style-type: none"><li>○ Legado</li><li>○ Requisitos de Negócios</li><li>○ Requisitos Técnicos</li><li>○ Key Features</li><li>○ Proposta de Valor</li></ul></li></ul>