



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO**  
**CENTRO DE ARTES**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus Goiabeiras	
Curso: Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 16/03/2023			
Docente Responsável: Maria Nazareth Bis Pirola			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: <a href="http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4587127H2">http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4587127H2</a>			
Disciplina: (PUBLICIDADE E MODA) - Tópicos Especiais em Publicidade e Propaganda III			Código: COS04929
Pré-requisito:	Não consta		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos: 4	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	60h		
EMENTA			
A moda na história e seus significados. O luxo na moda. Moda, comunicação e linguagem. Blogueiras, influencers e publicidade de moda.			
OBJETIVOS			
Geral: Compreender o fenômeno da moda e sua relação com a comunicação.			
Específicos:			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Estudar sobre a história da moda, do luxo e seus significados em cada época;</li><li>• Conhecer como os corpos são construídos na moda, seus significados e papéis sociais;</li><li>• Estudar sobre a publicidade de moda na contemporaneidade;</li><li>• Entender o fenômeno das blogueiras e influencers na divulgação de marcas e produtos da moda.</li></ul>			
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO			
UNIDADE 1			
<ul style="list-style-type: none"><li>• A moda na história</li><li>• O luxo na moda</li></ul>			
UNIDADE 2			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Comunicação, moda e significados</li><li>• A construção dos corpos na moda</li><li>• Publicidade e moda: estratégias, formatos, mídias</li></ul>			
UNIDADE 3			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Blogueiras/influencers e divulgação de produtos de moda</li></ul>			

BIBLIOGRAFIA BÁSICA
<p>BARNARD, Malcolm. <b>Moda e Comunicação</b>. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.</p> <p>CALANCA, Daniela. <b>História Social da Moda</b>. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011</p> <p>CIDREIRA, Renata Pitombo. <b>Os sentidos da moda</b>: vestuário, comunicação e cultura. São Paulo: Annablume, 2005.</p> <p>CRANE, Diana. <b>A moda e seu papel social</b>: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.</p> <p>KARHAWI, Issaaf. <b>De blogueira a influenciadora</b>: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira. PortoAlegre: Sulina, 2020.</p> <p>LIPOVETSKY, Gilles. <b>O império do efêmero</b>: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.</p> <p>LIPOVETSKY, Gilles. <b>O luxo eterno</b>: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.</p>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR
<p>ALLÉRÈS, Danielle. <b>Luxo...</b>: estratégias/marketing. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.</p> <p>KARBO, Karen. <b>O evangelho de Coco Chanel</b>: lições da mulher mais elegantes do mundo. São Paulo: Seoman, 2010.</p> <p>GASTALDO, Édison. <b>Publicidade e Sociedade</b>: uma perspectiva antropológica. Porto Alegre: Sulina, 2013.</p> <p>TUNGATE, Mark. <b>Mundo do Luxo</b>: o passado, o presente e o futuro das marcas de luxo. São Paulo: Seoman, 2014.</p>
METODOLOGIA
<p><b>Os métodos utilizados são:</b> aula expositiva e dialogada; leitura de textos do referencial teórico; seminários; análises da publicidade em mídias especializadas de moda; análises de eventos e desfiles como estratégia de divulgação das marcas; análises de instagram de influencers de moda; visitas técnicas aos PDVs de lojas; entrevistas com influencers e profissionais da moda. <b>Os recursos técnicos são:</b> quadro, pincel, computador com acesso à internet e projetor.</p>
CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM
<p><b>NOTA 1:</b> Trabalhos em grupos (tema e dinâmicas a definir)</p> <p><b>NOTA 2:</b> Trabalhos em grupos (tema e dinâmicas a definir)</p> <p><b>Média:</b> A nota final será a média das 2 (duas) modalidades de avaliação (N1 + N2). Será considerado aprovado o aluno que obtiver média igual ou superior a 7,0 (sete). Caso o aluno não alcance a média 7,0 (sete), será aplicada uma prova de recuperação (final) com todo o conteúdo programático da disciplina. Nestes casos, conforme regimento da UFES, após prova final, será considerado aprovado o aluno que obtiver média igual ou superior a 5,0 (cinco).</p> <p><b>Frequência:</b> A frequência será aferida respeitando a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996), que determina a participação dos(as) estudantes em 75% (setenta e cinco por cento) do conjunto das aulas e atividades planejadas para a disciplina, considerando a carga horária total.</p>
CRONOGRAMA
<p>22/03 – Aula 1 - Unidade 1 - Apresentação da disciplina, materiais, avaliações, conceitos iniciais</p> <p>29/03 - Aula 2 – Unidade 1</p> <p>05/04 - Aula 3 - Unidade 1</p> <p>12/04 - Aula 4 - Unidade 1</p> <p>19/04 - Aula 5 - Unidade 2</p> <p>26/04 - Aula 6 - Unidade 2</p> <p>03/05 - Aula 7 - Unidade 2</p> <p>10/05 - Aula 8 – Unidade 2</p> <p>17/05 - Aula 9 - Unidade 2</p>

24/05 - Aula 10 – Avaliação N1 31/05 - Aula 11 – Unidade 3 07/06 - Aula 12 - Unidade 3 14/06 - Aula 13 – Unidade 3 21/06 – Aula 14 – Avaliação N2 28/06 – Aula 15 – Fechamento da disciplina (retorno trabalhos, médias, orientações)
--

Email: [maria.pirola@ufes.br](mailto:maria.pirola@ufes.br)