



Universidade Federal do Espírito Santo
Centro de Artes
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e
Territorialidades

2023/02

PLANO DE DISCIPLINA

PGCT-2022 Teoria das Representações Sociais e Publicidade

Optativa Linha 2

Carga horária: 60h

Créditos: 4

EMENTA

Discussões teóricas e metodológicas das representações sociais. Aplicação da Teoria das Representações Sociais no campo da Publicidade. Análise (crítica) da prática publicitária a partir da abordagem teórica das representações sociais.

OBJETIVOS

Entender a Teoria das Representações Sociais e seus desenhos metodológicos conforme propostos no campo da Psicologia Social por Serge Moscovici; pensar e discutir possibilidades de aplicação da teoria no campo da Publicidade; analisar e propor práticas da publicidade à luz da teoria, refletindo sobre suas consequências na configuração da sociedade contemporânea.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO E CRONOGRAMA

Unidade 1 – Teoria das Representações Sociais e seus desenhos metodológicos;

Unidade 2 – Teoria das Representações Sociais no campo da Publicidade;

Unidade 3 – Reflexões sobre a prática publicitária na perspectiva teórica das representações sociais;

METODOLOGIA

Aulas dialogadas, discussão dos textos indicados, apresentações de estudos de pesquisadores da área, realização de seminário.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

1) Participação das discussões e das atividades propostas em aula, a partir da bibliografia indicada – 4 pontos.

2) Apresentação de seminário – 6 pontos.

CRONOGRAMA

Unidade 1: Teoria das Representações Sociais e seus desenhos metodológicos;

(15/08) - O pensamento social na perspectiva da psicologia social

(22/08) - Aspectos teóricos das representações sociais

(29/08) - Abordagem estrutural das representações sociais

(05/09) - Abordagem cultural das representações sociais

(12/09) - Abordagem societal das representações sociais

(19/09) - Propostas metodológicas para os estudos das representações sociais

Unidade 2: Teoria das Representações Sociais no campo da Publicidade;

(26/09) - Interseção entre a Comunicação Social e a Teoria das Representações sociais

(03/10) - Pesquisas de representações sociais no campo da publicidade

Unidade 3: Reflexões sobre a prática publicitária na perspectiva teórica das representações sociais;

(10/10) - Estereótipos, construção e disseminação de representações sociais

(17, 24/10) - Publicidade responsável: Publicidade antirracista; Outvertising; Femvertising.

(31/10, 07, 14, 21/11) - Apresentações de seminários

BIBLIOGRAFIA

ABRIC, J. C. **Práticas Sociais y representaciones**. Colonia del Carmem: Embassad de France, 2021.

ALMEIDA, A. M. de O.; SANTOS, M. F. de S.; TRINDADE, Z. A. (Orgs.) **Teoria das representações sociais: 50 anos**. Brasília: Technopolitiki, 2014.

AMON, D.; GUARESCHI, P.; ROSO, A.; VERONESE, M. V. Propaganda, publicidad y opinión pública. Dimensiones éticas. **Subjetividad y Procesos Cognitivos**, v. 18, n. 2, p. 33-52, 2014.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. **Iramuteq**: um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas em Psicologia*, n. 21, v. 2, p. 513-518, 2013.

DOISE, W. Da psicologia social à psicologia societal. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 18, n. 1, p. 27-35, 2002.

MOZDEZENSKI, Leo. **Outvertising**: a publicidade fora do armário. Curitiba: Appris, 2020.

MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MOSCOVICI, Serge. **Psicologia das minorias ativas**. Petrópolis: Vozes, 2011.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: Investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2017.

NASCIMENTO-SCHULZE, C. M.; CAMARGO, B. V. Psicologia social, representações sociais e métodos. **Temas em Psicologia da SBP**, v. 8, n. 3, p. 287-299, 2000.

GUARESCHI, P.; HERNANDEZ, A.; CÁRDENAS, M. **Representações sociais em movimento: Psicológico político**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.

GUEDES, B.; CARVALHO, B. J. (Orgs.). **Infância, juventudes e debates emergentes em comunicação**. São Paulo: Pimental Cultural, 2020.

LEITE, F.; BATISTA, L. L. **Publicidade antirracista: Reflexões, caminhos e desafios**. São Paulo: Eca-Usp, 2019.

JODELET, Denise (Org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 2001.

JODELET, D.; TAPIA, A. G. (Coords.) **Develando la cultura: Estudios em representaciones sociales**. Ciudad Universitaria: Universidad Nacional Autonoma de México, 2000.

JOVCHELOVITCH, S. Psicologia social, saber, comunidade e cultura. **Psicologia & Sociedade**, v. 16, n. 2, p. 20-30, 2014.

SÁEZ, F. A. (Ed.) **Investigación sensible**: Metodologías para el estudio de imaginários y representaciones Sociales. Bogotá: Universidad Santo Tomás, 2022.

SIMONEAU, A. S.; OLIVEIRA, D. C. de. Representações sociais e meios de comunicação: produção do conhecimento científico em periódicos brasileiros. **Psicologia e Saber Social**, v. 3, n. 2, p. 281-300, 2014.

WACHELKE, J.; WOLTER, R. Critérios de Construção e Relato da Análise Prototípica para Representações Sociais. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 27, n. 4, p. 521-526, 2011.

PROFESSORA: **Dra. Elisa Fabris de Oliveira** – elisa.oliveira@ufes.br