



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

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>	Campus Goiabeiras		
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b>			
<b>Docente Responsável:</b> Wander Salgado Macedo Junior			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/2440390087556001">http://lattes.cnpq.br/2440390087556001</a>			
<b>Disciplina:</b> Tópicos Especiais - Publicidade Antirracista			<b>Código:</b>
<b>Pré-requisito:</b>	Não consta	<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h	
<b>Créditos: 4</b>	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	60h	0	0
<b>EMENTA</b>			
Publicidade, redes sociais digitais, racismo e antirracismo. Negros e negras na história da publicidade brasileira. Caminhos para uma publicidade antirracista.			
<b>OBJETIVOS</b>			
<b>Geral:</b> Compreender o contexto e os fundamentos da publicidade antirracista. <b>Específicos:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Compreender os conceitos básicos de publicidade, redes sociais digitais, racismo e antirracismo;</li><li>2. Compreender a presença/ausência de negros e negras na publicidade brasileira ao longo da história;</li><li>3. Compreender os caminhos para uma publicidade antirracista.</li><li>4. Analisar os discursos associados a negros e negras na publicidade e criar peças publicitárias antirracistas.</li></ol>			
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>			
<b>UNIDADE 1</b> - Publicidade, redes sociais digitais, racismo e antirracismo: conceitos iniciais			
<b>UNIDADE 2</b> - Negros e negras na história da publicidade brasileira: contextualização			
<b>UNIDADE 3</b> - Caminhos para uma publicidade antirracista. Fundamentos da publicidade antirracista Estratégias publicitárias antirracistas: colorismo, politicamente correto, estratégias contraintuitiva e contraestereotípica			

<b>UNIDADE 4 - Publicidade antirracista: reflexões, pesquisas e propostas</b>
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>
<p>BRAGA, Juliana Bellia. A mulher negra nas embalagens de cosméticos para cabelos crespos e cacheados. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades). 2020. 170f.</p> <p>CARVALHO, Mayra Bernardes Medeiros de. Esse boom é nosso? Discursos sobre a transição capilar na publicidade de cosméticos. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). 2019. 141f.</p> <p>MARTINS, C. A. de M. e. Negro, publicidade e o ideal de branqueamento da sociedade brasileira. <b>RuMoRes</b>, [S. l.], v. 3, n. 5, 2009. DOI: 10.11606/issn.1982-677X.rum.2009.51157. Disponível em: <a href="https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51157">https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51157</a>. Acesso em: 17 dez. 2022.</p> <p>LEITE, Francisco; BATISTA, Leandro Leonardo (Org.). <b>O Negro nos Espaços Publicitários Brasileiros: Perspectivas Contemporâneas em Diálogo</b>. São Paulo: ECA-USP, 2011.</p> <p>LEITE, Francisco; BATISTA, Leandro Leonardo (Org.). <b>Publicidade antirracista: reflexões, caminhos e desafios</b>. São Paulo: ECA-USP, 2019.</p> <p>MORENO FERNANDES, Pablo. (2021). <b>Racismo e invisibilização</b>: Representatividade negra em anúncios de revista. <i>E-Compós</i>. <a href="https://doi.org/10.30962/ec.2384">https://doi.org/10.30962/ec.2384</a></p> <p>SOUZA, Flávia Mayer dos S.; BIS PIROLA, Maria Nazareth; BRAGA, Juliana Bellia (2020). De Lola para Loletes: a mulher negra nas embalagens de cosméticos capilares. <i>Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática</i>, 19(40).</p>
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</b>
<p>CARRASCOZA, João Anzanello. <b>A evolução do texto publicitário</b>: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. São Paulo: Futura, 2004.</p> <p>DJAMILA, Ribeiro. <b>Pequeno manual antirracista</b>. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.</p> <p>HOOKS, bell. <b>Olhares negros</b>: raça e representação. Tradução: BORGES, S. São Paulo: Elefante, 2019.</p> <p>PEREZ, Clotilde; SANTO BARBOSA, Ivan (Org.). <b>Hiperpublicidade</b>: fundamentos e interfaces, v.1. São Paulo: Thomson Learning, 2007.</p> <p>SESC. <b>Glossário Antirracista</b>. SESC Florêncio de Abreu, São Paulo. 2021</p>
<b>METODOLOGIA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Aula expositiva e dialogada;</li> <li>. Aprendizado baseado em projetos;</li> <li>. Aula expositiva do documentário “O Século do Ego – Adam Curtis (2002)”</li> <li>. Consultas a revistas e sites como: Meio e Mensagem; Clube de Criação; Festival Colibri, entre outros</li> <li>. Pesquisa, análise e criação de peças publicitárias.</li> </ul> <p>Os recursos técnicos necessários são: lousa, equipamento com acesso à internet e projetor</p>
<b>CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM</b>
<p>As avaliações serão feitas em 3 modalidades:</p> <p>A) Pesquisa, elaboração de perfil publicitário antirracista com apresentação em sala de aula – 5,0 pontos</p> <p>B) Estruturação de campanha publicitária: definição de tema, moodboard, criação da campanha e apresentação – 4,0 pontos</p>

C) Exercícios – 1,0 ponto

No final do período, os alunos que tiverem a frequência mínima e não alcançarem média 7.0 farão uma prova final teórica abrangendo todo o conteúdo da disciplina.

### **CRONOGRAMA**

**Aulas 1 e 2 - UNIDADE 1**

**Aulas 3 a 6 - UNIDADE 2**

**Aulas 7 a 10 - UNIDADE 3**

**Aulas 11 a 15 – UNIDADE 4**

**Professor: Wander Salgado Macedo Junior – [wander.smj@gmail.com](mailto:wander.smj@gmail.com)**