



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

UNIDADE 4 - Publicidade antirracista: reflexões, pesquisas e propostas
BIBLIOGRAFIA BÁSICA
<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. RuMoRes, [S. l.], v. 3, n. 5, 2009. DOI: 10.11606/issn.1982-677X.rum.2009.51157. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51157. Acesso em: 17 dez. 2022.</p> <p>LEITE, Francisco; BATISTA, Leandro Leonardo (Org.). O Negro nos Espaços Publicitários Brasileiros: Perspectivas Contemporâneas em Diálogo. São Paulo: ECA-USP, 2011.</p> <p>LEITE, Francisco; BATISTA, Leandro Leonardo (Org.). Publicidade antirracista: reflexões, caminhos e desafios. São Paulo: ECA-USP, 2019.</p> <p>MORENO FERNANDES, Pablo. (2021). Racismo e invisibilização: Representatividade negra em anúncios de revista. <i>E-Compós</i>. https://doi.org/10.30962/ec.2384</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>
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR
<p>CARRASCOZA, João Anzanello. A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. São Paulo: Futura, 2004.</p> <p>DJAMILA, Ribeiro. Pequeno manual antirracista. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.</p> <p>HOOKS, bell. Olhares negros: raça e representação. Tradução: BORGES, S. São Paulo: Elefante, 2019.</p> <p>PEREZ, Clotilde; SANTO BARBOSA, Ivan (Org.). Hiperpublicidade: fundamentos e interfaces, v.1. São Paulo: Thomson Learning, 2007.</p> <p>SESC. Glossário Antirracista. SESC Florêncio de Abreu, São Paulo. 2021</p>
METODOLOGIA
<ul style="list-style-type: none"> . Aula expositiva e dialogada; . Aprendizado baseado em projetos; . Aula expositiva do documentário “O Século do Ego – Adam Curtis (2002)” . Consultas a revistas e sites como: Meio e Mensagem; Clube de Criação; Festival Colibri, entre outros . Pesquisa, análise e criação de peças publicitárias. <p>Os recursos técnicos necessários são: lousa, equipamento com acesso à internet e projetor</p>
CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM
<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