

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL (UFMS)

Prof. Dr. Juciano de Souza Lacerda

Carga horária

 Seminário de **30** horas

 28 a 30 de novembro de 2016

 Local: PPGCOM/UFMS

Mediações locais e o consumo de publicidade de prevenção da AIDS entre jovens de Natal - RN

Blocos temáticos

1. A mediação do local na perspectiva do lugar, do cotidiano e da proximidade.
2. Territorialidades, comunidades e bairros: heterogeneidades, conflitos e translocalidades.
3. Publicidade e Aids: mediações no cotidiano das experiências dos jovens do bairro de Mãe Luiza, Natal-RN.

Objetivo

Problematizar e situar o tema das mediações locais, no contexto empírico de referências e experiências de consumo da publicidade nacional sobre prevenção da Aids, na vivência territorial, heterogênea e localizada de jovens de um bairro da cidade do Natal-RN, participantes de um projeto de prevenção da Aids.

Conteúdos:

1. A mediação do local: apresentação e contextualização do seminário “Mediações Locais e o consumo da publicidade de prevenção da AIDS entre jovens de Mãe-Luiza Natal –RN” no âmbito do Projeto de Cooperação “Comunicação e mediações em contextos regionais: usos midiáticos, culturas e linguagens” – PPGCOM-USP/PPGEM-UFRN/PPGCOM-UFMS.

2. O lugar, o cotidiano e a proximidade: as cidades e os bairros na perspectiva de Milton Santos.

3. Razão global e razão local na dialética do lugar: territorialidade dos conflitos e as transformações pelos meios técnico-científico- informacionais.

4. A produção de localidades: o bairro na perspectiva da translocalidade.

5. A emergência dos saberes locais: o comum na heterogeneidade das práticas sociais de educação e do cuidado em saúde no bairro de Mãe Luiza, Natal-RN.

6. Da estratégia nacional à apropriação local: a publicidade de prevenção da Aids mediada pela experiência de jovens de bairro de Mãe Luiza.

Referências bibliográficas

APPADURAI, Arjun. A produção de localidade. In: _____. Dimensões culturais da globalização. Lisboa: Editorial Teorema, 2004, p. 237-263.

APPADURAI, Arjun. Disjuntura e diferença na economia cultural global. In: _____. Dimensões culturais da globalização. Lisboa: Editorial Teorema, 2004, p. 43-70.

GEERTZ, Clifford. O senso comum como um sistema cultural: In: _____. O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa. 4ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001, p. 111-141.

KASTRUPP, V.; PASSOS, E. Cartografar é traçar um plano Comum. *Fractal, Rev. Psicol.*, v. 25 – n. 2, p. 263-280, Maio/Ago. 2013.

LACERDA, Juciano de Sousa; ROCHA, Cíntia. R. P.; CASTANHA, Sueli Alves. Os contratos de leitura ofertados nas campanhas publicitárias de prevenção da aids no período de carnaval: possíveis lugares de interlocução. In: VI Pró-Pesq PP Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda, São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda - ABP2/ECA-USP, 2015, 15 p.

LACERDA, Juciano de Sousa. ; ANJOS, Louzianne. N. ; BEZERRA, Stephanie. B. ; DANTAS, Susana. M. M. ; CASTANHA, Sueli Alves. Lugares de interlocução na publicidade sobre prevenção das DST/Aids: descentralizar vozes para uma cidadania comunicativa. *Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano*, v. 5, p. 25, 2014.

LACERDA, Juciano de Sousa. Campanhas midiáticas de prevenção das DST/Aids: usos e apropriações entre adolescentes e jovens do bairro de Mãe Luiza, Natal-RN. *Razón y Palabra*, v. 86, p. 1-18, 2014.

LACERDA, Juciano de Sousa. Usos e apropriações das campanhas midiáticas de prevenção das DST/Aids entre adolescentes e jovens do bairro de Mãe Luiza, Natal-RN. In: Eneus Trindade; Clotilde Perez. (Org.). *O sistema publicitário e a semiose ilimitada: V Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda*. 1ed. São Paulo: INMOD/ABP2/PPGCOM-ECA- USP, 2014, v. 1, p. 431-446.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. *Matrizes*, v. 8 - nº 1, p. 65-80, jan./jun. 2014.

PAIVA, Raquel. Novas formas de comunitarismo no cenário da visibilidade total: a comunidade do afeto. Matrizes, Ano 6,nº 1, jul./dez. 2012, p. 63-75.

SANTOS, Milton. O lugar e o cotidiano. In: _____. A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: EdUSP, 2002, p. 313-330.

SANTOS, Milton. Ordem universal, ordem local: resumo e conclusão. In: _____. A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: EdUSP, 2002, p. 331-339.

TRINDADE, E.. Alcance de sentidos dos termos publicidade e propaganda em contextos de mediatização. In: PEREZ, Clotilde; TRINDADE, Eneus (orgs.). Por uma Publicidade Livre Sempre – IV Pró-Pesq PP – Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. São Paulo: INMOD/ABP2/PPGCOM-ECA- USP, 2013.

VERÓN, E. A publicidade ou os mistérios da recepção. In: _____. Fragmentos de um tecido. São Leopoldo-RS: Ed. Unisinos, 2004, p. 264-272.

VERÓN, E. As mídias na recepção: os desafios da complexidade. In: _____. Fragmentos de um tecido. São Leopoldo-RS: Ed. Unisinos, 2004, p. 273-284.