



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): 18/06/2018			
Docente Responsável: Fábio Gomes Goveia			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/8805154696900984			
Disciplina: Teorias e práticas de Linguagem Visual – Fotografia Publicitária II			Código: COS04867
Pré-requisito:	COS04946/COS04859		Carga Horária Semestral: 45h
Créditos	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	1	2	0
Ementa: Técnicas avançadas de estúdio e iluminação artificial. Diferentes técnicas de manipulação da imagem fotográfica. Estudo da fotografia aplicada à publicidade, criação e produção de fotografia publicitária. Principais movimentos da fotografia artística. Fotografia digital e técnicas de manipulação de fotografia digital. Noções de fotografia na imagem em movimento.			
Objetivos Específicos: <ol style="list-style-type: none">1. Capacitar o aluno para utilizar o equipamento fotográfico para produzir mensagens publicitárias de qualidade;2. Fornecer ao aluno elementos teóricos e práticos que permitam a leitura crítica de imagens publicitárias;3. Experimentar as diversas técnicas fotográficas utilizadas na publicidade;4. Produzir material para composição de portfólio pessoal.			

Conteúdo Programático

Unidade I – FOTOGRAFIA E PUBLICIDADE: ASPECTOS ÉTICOS E ESTÉTICOS

- 1.1. A ideologia e os aspectos políticos da fotografia publicitária
- 1.2. Fotografia publicitária no Brasil: história
- 1.2. Principais nomes da fotografia publicitária: autores e estilos
- 1.3. A (des)educação do olhar

Unidade II – A UTILIZAÇÃO DO EQUIPAMENTO

- 2.1. Iluminação natural e artificial: teoria e prática
- 2.2. Fotometria e experimentação da luz
- 2.3. A prática fotográfica no Estúdio

Unidade III – A FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA NA PRÁTICA

- 3.1. Produção de fotografias
 - 3.1.1. Retratos
 - 3.1.2. Moda
 - 3.1.3. Produtos
 - 3.1.4. Alimentos

Metodologia:

- . Aulas expositivas/dialogadas;
- . Exercícios práticos;
- . Experimentações de leitura de imagens;
- . Produção de portfólio fotográfico

Como recursos serão necessários: Computador com acesso à internet e data show; quadro e pincel; estúdio fotográfico; câmeras fotográficas analógicas e digitais..

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

1. Exercícios Práticos: (Peso 1)
2. Portfólio Fotográfico: (Peso 2)
3. Projeto Final: (Peso 3)

Bibliografia básica:

LAGNFORD, Michael. Fotografia Básica. Lisboa: Dinalivro, 2003.
MACHADO, Arlindo. A Ilusão Especular: uma teoria da fotografia. São Paulo: Gustavo Gil, 2015.
EGUIZÁBAL, Raúl. Fotografía Publicitaria. Madrid: Cátedra, 2001.
LIMA, Ivan. A fotografia e a sua linguagem. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1988.

Bibliografia complementar:

FATORELLI, Antônio. Fotografia Contemporânea: entre o cinema, o vídeo e as novas mídias. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2013.
ZUANETTI, Rose et. al. Fotógrafo: o olhar, a técnica e o trabalho. Senac: Rio de Janeiro, 2002.
TRIGO, Thales. Equipamento Fotográfico. São Paulo: Senac, 2003.

Cronograma:

Aula 1: Apresentação da disciplina

Apresentação da disciplina

Aula expositiva e dialogada – Qual o lugar da fotografia publicitária? Origens e usos históricos da fotografia na publicidade.

Aula 2: Aula prática: (Des)Educar o olhar

Texto-base: "Teoria dos universos circundantes"

Atividade prática

Aula 3: Aula teórica: Explorando a linguagem fotográfica.

Texto: LIMA, Ivan. A fotografia e a sua linguagem. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1988.

Aula 4: Aula prática: Luz natural ou artificial, o que é melhor?

Aula 5: Módulo prático I: Produção de retratos explorando a iluminação

Aula 6: Aula prática: Experimentando a iluminação e o movimento – splash e light painting

Aula 7: Aula prática: Fotografia de produtos, mil e um desafios.

Aula 8: Módulo prático II: Produção de fotos de produtos para catálogo.

Aula 9: Aula prática: Fotografia de alimentos: invenção de realidades.

Aula 10: Módulo prático III: Produção de fotos de alimentos.

Aula 11: Aula expositiva sobre o módulo prático final: editorial de moda

Texto base: "Representações do catálogo de moda na sociedade e sua interferência sob o público-alvo mulher", de Ellen Balbo dos Santos.

Aula 12: Módulo prático final: Editorial de moda

Aula 13: Módulo prático final: Editorial de moda

Aula 14: Entrega/Exposição do Módulo prático final.

Aula 15: Entrega dos resultados finais