



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): 25/11/2019			
Docente Responsável: Arthur Fiel			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/7349087526723649			
Disciplina: PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM VÍDEO			Código: COS 04866
Pré-requisito:	Não possui		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	30	30	-
<u>EMENTA:</u> Técnicas de produção publicitária para TV e cinema. Estudo teórico e prático sobre a publicidade na televisão e cinema brasileiros. Vídeo-tape e filmes. Contato direto com emissoras de TV locais. Trabalho em laboratório. Alternativas não comerciais de produção publicitária para TV e cinema.			
<u>OBJETIVO GERAL:</u> Instrumentalizar os alunos para a análise e produção crítica de peças publicitárias nas distintas audiovisualidades.			
Objetivos Específicos: Aprofundar o conhecimento sobre a linguagem audiovisual; Exercitar a prática nas diversas funções e etapas da produção audiovisual em publicidade; Análise Técnica e Crítica de Campanhas Publicitárias Audiovisuais; Criação e Produção de campanhas publicitárias Audiovisuais.			

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- i. Apontamentos acerca da linguagem audiovisual
- ii. O filme publicitário e a publicidade audiovisual
- iii. Publicidade e Televisão no Brasil – geral
- iv. Publicidade e Conteúdo infantil
- v. Cinema, moda e publicidade
- vi. Videoclipe, streaming, Youtube e novas possibilidades
- vii. Merchandising social
- viii. Elaboração de peças audiovisuais

METODOLOGIA:

A disciplina é de cunho teórico.prático e se desenvolve em torno de discussões a partir da leitura de textos previamente escolhidos, da apresentação de seminários com base nesses textos e de análises de peças audiovisuais visando à realização de produtos audiovisuais de diversos gêneros e formatos.

- • Aula expositiva/dialogada;
- • Exibição de vídeos e debates;
- • Realização de exercícios práticos em grupos;
- • Produção de peças audiovisuais;

Como recursos serão necessários: Computador com acesso à internet, datashow e som, ilhas de edição.

CRITÉRIOS/PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM:

A avaliação, formativa*, ocorrerá durante todo o processo de aprendizagem. Ao longo do curso, no entanto, serão pontuadas três atividades com notas de 0 a 10, são elas:

- a. Apresentação de Seminários/Análises de caso** – com nota atribuída pelo professor
- b. Exibição dos exercícios práticos – com nota atribuída pelo professor
- c. Autoavaliação – com nota atribuída pelos próprios discente

* Para isso considera-se de extrema relevância a ativa participação dos discentes nos momentos de discussão

** Atividade em grupo com nota individual

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BARRETO, Tiago. **Vende-se em 30 segundos**: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Editora Senac, 2004.

CARRIÈRE, Jean-Claude. **A linguagem secreta do cinema**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

RICCO, Flávio; VANNUCCI, José Armando. **Biografia da Televisão Brasileira**. São Paulo: Matrix, 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

GAGE, Leighton David e MEYER, Cláudio. **O Filme publicitário**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LAMOGLIA, Adriana de Fátima. **O espetáculo da moda no cinema hollywoodiano**: uma análise comparativa dos filmes Cinderela em Paris e O Diabo veste Prada. Dissertação (de Mestrado), Universidade Estadual de Maringá, 2016.

SCHIAVONI, Jaqueline Esther. **Narcos**: estratégias de publicidade e propaganda. C&S, v.40, n.2, p-55-82, maio/ago, 2018.

WOLF, Michael. **Televisão é a nova televisão**. São Paulo: Globo, 2015.

Entre outros...

CRONOGRAMA:

AULA 1 – (06/03)

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DO CURSO

Introdução à linguagem cinematográfica e audiovisual

AULA 2 – (13/03)

O FILME PUBLICITÁRIO – discussões plurais

AULA 3 – (20/03)

PUBLICIDADE E TELEVISÃO NO BRASIL

História da publicidade na televisão do Brasil & Análise de conteúdos gerais

AULA 4 – (27/03)

PUBLICIDADE E TELEVISÃO NO BRASIL

Telenovela: Merchandising Social e pautas sociais

AULA 5 – (03/04)

PUBLICIDADE E CONTEÚDO INFANTIL

TV, Youtube e o caso das propagandas dirigida às crianças

AULA 6 – (17/04)

CINEMA, MODA E PUBLICIDADE

Princesas, Delírios e Diabos?

O cinema e a lógica do desejo a serviço do mercado publicitário

AULA 7 – (24/04)

DEMAIS AUDIOVISUALIDADES E SUAS POSSIBILIDADES

Discussões e análises

AULA 8 – (08/05)

ATIVIDADES DE CRIAÇÃO

roteiro e pré-produção

AULA 9 – (15/05)

ATIVIDADES DE CRIAÇÃO

Produção

AULA 10 – (22/05)

ATIVIDADES DE CRIAÇÃO

Produção

AULA 11 – (29/05)

ATIVIDADES DE CRIAÇÃO

finalização de peças audiovisuais

AULA 12 – (05/06)

PITCHING – Preparação

AULA 13 – (12/06)

APRESENTAÇÃO DE PITCHING

AULA 14 – (19/06)

EXIBIÇÃO DE PEÇAS AUDIOVISUAIS

Encerramento, Autoavaliação e Avaliação do curso

AULA 15 – (26/06)

AV FINAL