



UFES

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 da aprovação (Art. N° 91): 16/03/2023				
Docente Responsável: Rodrigo Hipólito dos Santos				
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/3612827135478814				
Disciplina: Teorias e práticas de Linguagem Visual – Fotografia Publicitária II		Código: COS04867		
Período: 2023/1		Turma: 1		
Pré-requisito: não possui		Carga horário semestral: 45h		
Créditos: 04		Distribuição da carga horária semestral		
		Teórica	Exercício	Laboratório
		15	30	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: <ul style="list-style-type: none">- Capacitar o aluno para utilizar o equipamento fotográfico para produzir mensagens publicitárias de qualidade;- Fornecer ao aluno elementos teóricos e práticos que permitam a leitura crítica de imagens publicitárias;- Experimentar as diversas técnicas fotográficas utilizadas na publicidade;- Produzir material para composição de portfólio pessoal.				
Conteúdo programático: Unidade I. Fotografia e Publicidade: aspectos éticos e estéticos <ul style="list-style-type: none">- A ideologia e os aspectos políticos da fotografia publicitária;- Fotografia publicitária no Brasil: história;- Principais nomes da fotografia publicitária: autores e estilos; Unidade II. A utilização do equipamento <ul style="list-style-type: none">- Iluminação natural e artificial: teoria e prática;- Fotometria e experimentação da luz;- A prática fotográfica no estúdio; Unidade III. A fotografia publicitária na prática <ul style="list-style-type: none">- Produção de fotografias;- Retratos;				



UFES

- Moda;
- Objetos;
- Alimentos.

Metodologia:

- Aula expositiva/dialogada. Aulas divididas entre conteúdo teórico e aplicação prática dos conceitos e técnicas estudadas em exercícios.
- Recursos utilizados: Sala com projetor e som, computadores com acesso à internet, câmeras, espaço de estúdio.

Avaliação

- Participação em aula (20%);
- Exercícios práticos no laboratório (40%);
- Projeto final. Ensaio fotográfico + memorial descritivo (40%).

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. **Fotografia Publicitária**. 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

Unidade I

24/03: Apresentação do programa da disciplina e métodos avaliativos. Apresentação da turma. Sondagem da turma sobre percepções da turma a respeito da fotografia publicitária.

31/03: Aula expositiva e dialogada. Qual o lugar da fotografia publicitária? Origens e usos históricos da fotografia na publicidade. Leitura e debate de texto introdutório.

MACHADO, Arlindo. "Arquétipos pictóricos na fotografia". In: **A Ilusão Especular: uma teoria da fotografia**. São Paulo: Gustavo Gil, 2015, pp. 51-60.

PINA, Figueiredo Helena. *A luz do desejo: a fotografia publicitária face à fotografia artística e à fotografia jornalística*. SOPCOM, Lisboa, 2009.

07/04: Leitura e conversa sobre impressão e interpretação na fotografia publicitária.

LIMA, Ivan. "Fotografia é composição". In: **A fotografia e a sua linguagem**. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1988, pp. 39-90.

14/04: Exercício. Composições livres com objetos, retratos e paisagens.

21/04: Finalização, exibição e conversa sobre os resultados do primeiro exercício.

Unidade II

28/04: Leitura e conversa sobre o fazer fotográfico.

MACHADO, Arlindo. "Fissuras na profundidade de campo". In: **A Ilusão Especular: uma teoria da fotografia**. São Paulo: Gustavo Gil, 2015, pp. 116-133.

LIMA, Ivan. "As comunicações não verbais". In: **A fotografia e a sua linguagem**. Rio de Janeiro:



Espaço e Tempo, 1988, pp. 103-118.

05/05: Exercício. Prática com os equipamentos fotográficos e estúdio.

12/05: Finalização, exibição e conversa sobre os resultados do segundo exercício.

Unidade III

19/05: Leitura e conversa sobre composição em fotografia publicitária.

EGUIZÁBAL, Raúl. “Estética publicitária”. In: **Fotografia Publicitária**. Madrid: Cátedra, 2001, pp. 175-2022.

CHAGAS, R.V. De quando a publicidade se encontra com as artes visuais: a imagem publicitária e a construção da interpretação. In: HERNÁNDEZ, M.H.O.; LINS, E.Á., eds. **Iconografia: pesquisa e aplicação em estudos de Artes Visuais, Arquitetura e Design**. Salvador: EDUFBA, 2016, pp. 138-149.

02/06: Leitura e conversa sobre as condições sociais da fotografia publicitária hoje.

PINA, Figueiredo Helena. Publicidade, moda e representações de género em plena globalização.

In: MARTINS et al (orgs.). **Comunicação global, cultura e tecnologia**. SOPCOM, Lisboa, 2013, pp. 857-863.

09/06: Exercício. Apresentação dos projetos dos trabalhos finais em grupos (conceitos, planejamento, cronograma e equipes).

16/06: Exercício. Prática orientada para realização do projeto final da disciplina.

23/06: Exercício. Prática orientada para realização do projeto final da disciplina.

30/06: Exercício. Prática orientada para realização do projeto final da disciplina.

07/07: Apresentação e discussão dos ensaios fotográficos + memorial descritivo.

14/07: Encerramento da disciplina. Prova final.