



<b>Unidade Universitária:</b> Centro de Comunicação e Letras		
<b>Disciplina:</b> PRÁTICA AUDIOVISUAL (LFE em Marketing e Criação)		<b>Código da Disciplina:</b> ENEX00914
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda		<b>Eixo Temático:</b> Linguagens
<b>Carga horária:</b> 51h	( X ) Teórica ( X ) Prática	<b>Etapas:</b> 5ª
<b>Ementa:</b> Experimentação do processo de produção audiovisual em todas as suas etapas. Revisão e aplicação de conceitos teóricos que constituem a linguagem audiovisual, mediante proposição de exercícios direcionados à prática da criação audiovisual publicitária.		
<b>Objetivos:</b> Permitir ao aluno a experimentação do processo de produção, considerando as diversas mídias audiovisuais, mediante aplicação de conceitos técnicos, de linguagem e de planejamento previamente abordados nos semestres anteriores.		
Fatos e Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes, Normas e Valores
Distinguir elementos de estruturação de conteúdos/ mensagens através da articulação da linguagem relacionados à elaboração do audiovisual nas mídias tradicionais e novas. Reconhecer a produção de conteúdo audiovisual enquanto ferramenta de persuasão. Identificar interdisciplinaridade entre produção audiovisual e outras disciplinas.	Conceber e esboçar ideias e formas de comunicação através da linguagem audiovisual. (técnicas de elaboração de roteiro). Experimentar a prática produtiva incluindo sua aplicação nas novas mídias. Conceber e desenvolver produções audiovisuais para novas mídias, executando as etapas pertinentes aprendidas no semestre anterior.	Interessar-se pela elaboração de conteúdos audiovisuais capazes de traduzir identidades e valores, considerando a comunicação ética na publicidade Tornar-se um produtor de conteúdo qualificado para criar, gerenciar e distribuir conteúdos audiovisuais nos diferentes meios. Desenvolver o olhar crítico para as produções realizadas e para novas concepções.



## Conteúdo Programático

### Teoria

- 1 Estudo de conceitos e princípios relacionados à produção de conteúdo audiovisual direcionado à enfatizar, construir ou modificar valores relativos às marcas, para exibição em novas mídias.
  - 1.1 O audiovisual enquanto ferramenta de persuasão.
  - 1.2 Entretenimento de marca.
  - 1.3 Informação de marca.
- 2 Revisão de conceitos de linguagem, aplicados às especificidades das novas mídias.
  - 2.1 Composição e enquadramento.
  - 2.2 Movimentos e ângulos de câmera.
  - 2.3 Som.
  - 2.4 Elaboração de roteiro.
- 3 Análise crítica de produções audiovisuais veiculadas nas diferentes mídias.

### Prática

- 1 Aplicação dos conceitos revisados através de produção de conteúdo audiovisual direcionado a enfatizar, construir ou modificar valores relativos às marcas, para exibição em novas mídias.
- 2 Gravações (em estúdio e externa) com auxílio de equipe técnica.
- 3 Edição de vídeos produzidos em aula.
- 4 Noções básicas de software de edição. Operação do software, com auxílio de equipe técnica.
- 5 Revisão crítica dos trabalhos desenvolvidos pelos grupos.

## Metodologia

### Teoria

- Aulas expositivas, leitura e discussão em sala de aula dos temas abordados.
- Exibição de vídeos, trailers, virais, comerciais, de entretenimento.
  - Análise de produções audiovisuais e filmes publicitários.

### Prática

- Exercícios de linguagem para revisão e consolidação de conceitos relativos às especificidades do audiovisual para novas mídias.
- Desenvolvimento de roteiro (em grupo).
- Realização de trabalhos práticos em grupo (produção de vídeo), considerando cumprimento obrigatório de todas as etapas: criação, pré-produção, gravações ou produção de imagens e sons, edição e finalização.

## Critérios de avaliação

### Teoria

- Avaliação P1: constituída por trabalhos de pesquisa e seminários desenvolvidos em grupo.  
Avaliação P2: Prova escrita individual.  
A Média Final será composta por P1 (50%) e P2 (50%)

### Prática

- Avaliação P1 e P2 serão constituídas por desenvolvimento de exercícios experimentais, trabalho individual e trabalho em grupo.  
A Média Final será composta por P1 (50%) e P2 (50%)



### **Bibliografia básica**

BARRETO, Tiago. *Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário*. São Paulo: Ed. SENAC, 2004. (659.14 B273v)

RODRIGUES, Chris. *O Cinema e a produção*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. (791.43 R696c)

RODRIGUEZ, Angel. *A Dimensão sonora: da linguagem audiovisual*. São Paulo: SENAC, 2006. (302.2 R696d)

### **Bibliografia complementar**

BONASIO, V. *Televisão: manual de produção & direção*. Belo Horizonte: Leitura, 2002. (791.45 B699t)

DANCYGER, Ken. *Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. (778.535 D175t)

GERBASE, Carlos. *Direção de Atores*. Rio de Janeiro: Artes e Ofícios, 2003. (791.43 G361c)

WATTS, Harris. *Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema*. São Paulo: Summus, 1999. (791.4302 W351d)

WATTS, Harris. *On camera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC*. São Paulo: Summus, 1990. (778.594 W344o)