



Unidade Universitária: Centro de Comunicação e Letras		
Disciplina: PRÁTICA AUDIOVISUAL EM PUBLICIDADE (LFE em Criação)		Código da Disciplina: ENEX01035
Curso: Publicidade e Propaganda		Eixo Temático: Linguagens
Carga horária: 25,5h	(<input type="checkbox"/>) Teórica (X) Prática	Etapa: 6ª
Ementa Estudo e análise de fundamentos da linguagem musical no desenvolvimento da sensibilidade criativa. Correlações com a linguagem corporal como elemento formador do espaço de manifestação criativa. Interpretação de casos, tais como: corpo e TV, corpo e moda, corpo e propaganda, corpo e espaço, corpo na embalagem, corpo e internet. Introdução ao universo audiovisual com ênfase à linguagem cinematográfica e televisiva. Estudo da história do cinema. Busca de principais aspectos técnicos e tecnológicos da realização audiovisual. Investigação sobre a percepção visual e sonora. Pesquisa de roteiro. Experimentação de audiovisual no marketing e na propaganda. Processo de realização de filmes publicitários.		
Objetivos:		
Fatos e Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes, Normas e Valores
Estudo da prática de produção audiovisual para a publicidade, com ênfase na música e corpo.	Demonstrar a capacidade de criar e produzir produtos audiovisuais para o mercado publicitário.	Adquirir uma visão profissional sobre as estéticas audiovisuais, assim como os métodos de uso e formas efetivas de resultados na aplicação na publicidade.



Conteúdo Programático

Teoria

- 1 A Publicidade na mídia audiovisual
- 2 O corpo nas mídias
 - 2.1 O corpo e o espaço cênico
 - 2.2 O corpo como linguagem e o corpo na narrativa
 - 2.3 O corpo no espaço audiovisual: cinema, TV e internet
 - 2.4 O corpo na moda e na propaganda
- 3 O Som na linguagem audiovisual publicitária
 - 3.1 As falas: diálogos, monólogos e narração para filme publicitário.
 - 3.2 Música, trilha sonora, sons e efeitos sonoros para comerciais publicitários em distintas plataformas audiovisuais.
 - 3.3 Pausas ou silêncios nas narrativas publicitárias.
- 4 Etapas da produção audiovisual
 - 4.1 Pré-produção: tudo o que se faz antes de ligar a câmera.
 - 4.2 Produção: filmagem ou gravação.
 - 4.3 Pós-produção: montagem ou edição.
- 5 O diretor e sua equipe.
 - 5.1 O diretor de cinema.
 - 5.2 O diretor de filme publicitário.
 - 5.3 Equipe técnica de gravação.
 - 5.4 A gravação.
 - 5.5 A direção de som e o corpo: reações, posicionamento e resultados
- 6 A montagem
 - 6.1 A edição no computador.
 - 6.2 A escolha das imagens.
 - 6.3 A montagem do som.

Prática

- 1 Aplicação dos conceitos através de produção de conteúdo audiovisual direcionado à produção publicitária em plataformas audiovisuais.
- 2 Experimentos de composição e enquadramento considerando o corpo e o espaço sob a ótica da linguagem publicitária.
- 3 Experimentos com som para produção audiovisual publicitária.
- 4 Desenvolvimento de Roteiro e Storyboard para filme publicitário, com ênfase na música e corpo.
- 5 Gravações (em estúdio e externa) com auxílio de equipe técnica.
- 6 Edição de vídeos produzidos em aula.
- 7 Noções de software de edição. Operação do software, com auxílio de equipe técnica.
- 8 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:

- Realização de trabalhos práticos, individual e 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)

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

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

Bibliografia complementar

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)

SANTAELLA, Lúcia. *Corpo e comunicação: sintoma da cultura*. 3. ed. São Paulo: Paulus, 2008. (302.222 S231)

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 video da BBC*. São Paulo: Summus, 1990. (778.594 W344o)