UNICENTRO
PARANÁ

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE - UNICENTRO
PLANO INDIVIDUAL DE ATIVIDADES DOCENTES

Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes

6ª REVISÃO - AGOSTO - 1º SEMESTRE (2020)

PIAD

CERTIFICADO?
Departamento | **SIM**
Setor | **SIM**

Nome: **ALEXANDRE TORRESANI DE LARA**
Departamento: Departamento de Comunicação Social
Classe/Nível: PROF. ASSOCIADO A

Matrícula: **4173**
RT: **T40**
Titulação: **DOUTORADO**

ANO
2020

1 - HORAS/AULA NA GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU

Modalidade	Disciplina/Turma	Sem.	HS Sala	AT	PA
GRADUACAO	2073-FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA (PPM-A)	**ANUAL**	4	2	2
GRADUACAO	2073-FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA (PPM-B)	**ANUAL**	4	2	2
	Subtotais 1º SEM:		**8**	**4**	**4**
	Subtotais 2º SEM:		**8**	**4**	**4**

2 - HORAS/ATIVIDADES

2.1 ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS

Categoria	Ato Oficial		Início	Fim	H/Sem
Comissões Permanentes, Temporárias e Comitês/Núcleo Docente Estruturante	PORTARIA-SEHLA/G 3/2020	ANUAL	17/02/2020	14/02/2022	2
Reunião/Departamental		ANUAL	17/02/2020	08/12/2020	2

2.2 ATIVIDADES DE PESQUISA E EXTENSÃO

Categoria	Ato Oficial		Início	Fim	H/Sem
Pesquisa Continuada (PqC)/Pesquisador	RESOLUÇÃO CONSET - SEHLA/G 82/2019	ANUAL	01/10/2019	30/09/2022	20

2.3 ATIVIDADES DE QUALIFICAÇÃO DOCENTE

Categoria	Ato Oficial		Início	Fim	H/Sem

2.4/2.5 OUTRAS ATIVIDADES/LICENÇAS

Categoria	Ato Oficial		Início	Fim	H/Sem

3 - OBSERVAÇÕES

Objetivos
História, teoria, técnica e linguagem fotográfica. Revolução documental e suas repercussões sociais. Percepção, expressão e estilo fotográfico. Análise do discurso fotográfico. Produção de imagens.

Objetivos Específicos da disciplina:

Compreender a fotografia como representação, interpretação e documentação a partir de um ponto de vista, com suas técnicas de configuração visual no mercado publicitário;
Elaborar e desenvolver ensaios fotográficos tecnicamente adequados, com destaque para a edição de imagens; 
Identificar estratégias do discurso fotográfico, especialmente ligadas à área publicitária; 
Desenvolver uma linguagem crítica quanto à criação e produção de fotografia publicitária;
Reconhecer as etapas históricas da linguagem fotográfica do início do século XIX à era digital;
Caracterizar os principais fotógrafos brasileiros e suas respectivas linguagens; 
Refletir e analisar a narrativa fotográfica enquanto produção de discurso articulada com outras manifestações artísticas, científicas, tecnológicas e comunicacionais; 
Identificar e operar os dispositivos técnicos dos equipamentos fotográficos;

RESUMO	1	2.1	2.2	2.3	2.4/2.5	SOMA	Méd. Sem. Anual
Total 1º Sem.	16	4	20	0	0	**40**	**40**
Total 2º Sem.	16	4	20	0	0	**40**	

Aprovado em reunião departamental, conforme ata nº 16/2019/Decs de 02/10/2019.

ALEXANDRE TORRESANI DE LARA | CHEFE DO DEPARTAMENTO | CHEFE DO SETOR