



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

**Ano** 2024

**Tp. Período** Anual

**Curso** COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)

**Disciplina** 2086 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

**Carga Horária:** 136

**Turma** PPM-A

## PLANO DE ENSINO

### EMENTA

Processo de criação e produção de peças publicitárias para os meios audiovisuais

### I. Objetivos

Introduzir o aluno aos conceitos e às técnicas da linguagem audiovisual;  
Desenvolver olhar crítico sobre elementos técnicos, estéticos e expressivos da linguagem audiovisual;  
Capacitar, em nível experimental, o aluno a analisar, criar e produzir peças publicitárias audiovisuais;  
Habilitar o aluno às etapas de pré-produção, produção e pós-produção de peças publicitárias.

### II. Programa

Publicidade e Narrativa audiovisual;  
Narrativa, criatividade e linguagem publicitária aplicada ao audiovisual;  
Elementos da linguagem da imagem;  
Formatos, suportes e equipamentos digitais;  
Iluminação básica interna e externa para TV e cinema;  
Microfones e captação;  
Planejamento e Roteiro: tipos de roteiro, estrutura de roteiro, construção de personagens; cenário e figurino;  
Estrutura e funções de uma equipe de produção;  
Edição: montagem de imagens, sincronismo;  
Processo de Criação: Pré-Produção, Produção e Pós-Produção;

### III. Metodologia de Ensino

Aula expositiva dos conteúdos teóricos e técnicos;  
Entrevista e conversas técnicas com convidados;  
Atividades orientadas;  
Pesquisas, exercícios e trabalhos práticos;  
Apresentação de produções audiovisuais.

### IV. Formas de Avaliação

As avaliações serão baseadas em:  
participação em aula, especialmente nas práticas simuladas;  
realização de atividades de análise;  
produção prática e apresentação dos trabalhos práticos realizados individualmente e/ou em equipes.

### V. Bibliografia

#### Básica

ARMES, R. On vídeo – o significado do vídeo nos meios de comunicação. SP: Summus, 1999.  
BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.  
COMPARATO, D. Roteiro: arte e técnica de escrever para cinema e televisão. 3ed. RJ: Nórdica, 1983. FIELD, S. "Manual do Roteiro: Os fundamentos do texto cinematográfico". Ed. Objetiva.  
HARRIS, W. "On Camera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC". SP. Editora Summus, 1990.

#### Complementar

FILHO, D. O circo eletrônico – Fazendo TV no Brasil. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor, 2001.  
MORAN, J.M. "A Credibilidade dos Comerciais de TV". Revista de Comunicação e Artes. São Paulo. ECA/USP, 1984.  
REY, M. "O Roteirista Profissional". Ed. Ática, 1995.  
MUSBURGER, Robert B. Roteiro para mídia eletrônica. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

### APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

<b>Ano</b>	2024
<b>Tp. Período</b>	Anual
<b>Curso</b>	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
<b>Disciplina</b>	2086 - CRIAÇÃO E PRODUÇÃO AUDIOVISUAL
<b>Turma</b>	PPM-A

**Carga Horária:** 136

## PLANO DE ENSINO

**Tp. Documento:** Ata Departamental

**Documento:** 06/2024

**Data:** 03/04/2024