

Ano	2022
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
Disciplina	2073 - FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA
Turma	PPM-A

Carga Horária: 136

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Investigação das técnicas de processamento fotográfico. Produção e análise da imagem na publicidade.

I. Objetivos

I. 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;

II. Programa

II. Programa

UNIDADE 1 - FOTOGRAFIA E LINGUAGEM

- 1.1 - Fotografia básica: Elementos teóricos, filosóficos e técnicos da linguagem fotográfica
- 1.2 - Molduras composicionais; Explicação dos conceitos de fluidez, assimetria, simetria, minimalismo;
- 1.3 - O salto quântico, combinação de conceitos e a originalidade do olhar
- 1.4 - Linguagem, registro e expressão fotográfica no cinema;

UNIDADE 2 - A REVOLUÇÃO DOCUMENTAL DA FOTOGRAFIA

- 2.2 - Os principais fotógrafos e suas influências na fotografia contemporânea
- 2.3 - A evolução da fotografia na mídia impressa;
- 2.4 - A fotografia como processo de representação social;
- 2.5 - A integração da fotografia e outras linguagens;

UNIDADE 3 – OS PRINCIPAIS FOTÓGRAFOS E SUAS NARRATIVAS PUBLICITÁRIAS;

- 3.1 - Leitura, apreciação e crítica fotográfica
- 3.2- Análise do discurso fotográfico
- 3.3 - Produção de imagens: editorial de moda; fotografia still, alimentos, bebidas e foto-arte;

III. Metodologia de Ensino

Metodologia

A metodologia privilegiará o desenvolvimento de aulas com caráter teórico, técnico e prático com objetivo de desenvolver nos acadêmicos a capacidade crítica, analítica e do saber-pensar, saber-fazer e saber-ser por meio de exposições dialogadas e aulas de campo com atividades práticas, além de seminários e debates a partir de pesquisa bibliográfica. A disciplina privilegiará tanto a demonstração quanto a utilização de equipamentos, como também produção e exibição de fotografias e realização de ensaios fotográficos temáticos

II. Metodologia de trabalho

- 1) Aula expositiva dialogada;
- 2) Atividades de fixação de conteúdo como vídeo-aulas, leitura de artigos científicos, dentre outros;

IV. Formas de Avaliação

IV. Formas de Avaliação

Avaliação

A avaliação será processual, contínua, qualitativa e cumulativa, utilizando os seguintes instrumentos:

AVALIAÇÃO DE G1

- Trabalhos práticos e avaliação escrita com questões objetivas e subjetivas (6,0)
- Debate (1,5) (a partir da leitura das obras Filosofia da Caixa Preta e A Câmara Clara);
- Galeria (1,5) (Os principais fotógrafos e suas influências na fotografia contemporânea);
- Ensaio Fotográfico: A imagem das palavras (1,0) (a concepção será a partir de uma poesia, filme ou música)

AVALIAÇÃO DE G2

- Avaliação escrita com questões objetivas e subjetivas (6,0)
- Debate (1,0) (a partir da leitura das obras Sobre Fotografia e Realidades e Ficções na Trama Fotográfica)
- Ensaio Fotográfico, Editorial de moda e fotografia still (técnica: 1.5 e narrativa: 1.5)
- Recuperação de rendimentos: a cada semestre letivo será realizado uma avaliação (atividade) para recuperação e soma na atribuição das notas, sendo acrescido a média semestral do acadêmico. As atividades seguirão um formato de revisão de conteúdo e/ou refação de alguma atividade/exercício avaliado pelo docente ao longo do semestre letivo.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	2022
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
Disciplina	2073 - FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA
Turma	PPM-A

Carga Horária: 136

PLANO DE ENSINO

V. Bibliografia

Básica

Básica

COSTA, Helouise e SILVA, Renato da. A fotografia moderna no Brasil. São Paulo: Cosacnaify, 2004.

HEDGECOE, John. Guia completo de fotografia. São Paulo: Martins Fontes. 2001

KOSSOY, Boris. Fotografia e história. São Paulo: Ateliê Editorial. 2003.

Complementar

Complementar

BARTHES, Roland. A câmara clara: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006

FABRIS, Annateresa (org.). Fotografia: usos e funções no século XIX. São Paulo: Edusp, 1998.

FLUSSER, Vilém. Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia.. Rio de Janeiro: Relume Dumara., 2002.

KOSSOY, Boris. Realidades e ficções na trama fotográfica. Cotia: Ateliê Editorial, 2002.

PERSICHETTI, Simonetta. Imagens da fotografia brasileira. São Paulo: Estação Liberdade. 2000.

SONTAG, Susan. Sobre fotografia. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 03/2022

Data: 10/06/2022