



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

<b>Ano</b>	2023
<b>Tp. Período</b>	Anual
<b>Curso</b>	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
<b>Disciplina</b>	5143 - FOTOGRAFIA PUBLICITARIA
<b>Turma</b>	PPM-B

**Carga Horária:** 136

## PLANO DE ENSINO

### EMENTA

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

### I. Objetivos

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

Programa

UNIDADE 1 - FOTOGRAFIA E LINGUAGEM

- Fotografia básica: Elementos teóricos, filosóficos e técnicos da linguagem fotográfica

- Molduras composicionais; Explicação dos conceitos de fluidez, assimetria, simetria, mimimalismo;

- O salto quântico, combinação de conceitos e a originalidade do olhar

- 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.

### IV. Formas de Avaliação

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)

Observação: Serão realizadas atividades para recuperação de rendimentos ao longo do ano letivo.



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

**Ano** 2023

**Tp. Período** Anual

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

**Disciplina** 5143 - FOTOGRAFIA PUBLICITARIA

**Carga Horária:** 136

**Turma** PPM-B

## PLANO DE ENSINO

### V. Bibliografia

---

#### Básica

---

Bibliografia 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, Vilem. 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.

---

### APROVAÇÃO

**Inspetoria:** DECS/G

**Tp. Documento:** Ata Departamental

**Documento:** 02/2023

**Data:** 10/05/2023