

DISCIPLINA LABORATÓRIO DE CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA .		CÓDIGO COM 348		ANO_SEM 2017_1º	
PROFESSOR Bruno Guimarães Martins	DIA / HORÁRIO 4ª de 8h às 11h40	SALA SALA 6	C. HORÁRIA 90h	TIPO G2	CRÉDITOS 6

PRÉ-REQUISITOS

Oficina Design Comunicação, Oficina Som e Sentido, Oficina Narrativas Audiovisuais, Oficina Fotografia.

EMENTA

Produção de peças publicitárias para mídia eletrônica. Desenvolvimento de peças institucionais, promocionais e testemunhais. Elaboração de anúncios para varejo e de oferta. Produção de vts e spots.

OBJETIVOS

Experimentar particularidades de diferentes linguagens e mídias que constituem a criação para publicidade. Compreender como os processos de criação se encontram refletidos na mensagem publicitária e na experiência de consumo. Compreender o gesto criativo contemporânea.

PROGRAMA

I. Expressão, estilo e representação

II. A criação e o contemporâneo

- II.1 Conceitos
- II.2 Além da publicidade
- II.3 Táticas e estratégias

III. Da mão à tela

IV. Imagem da palavra

V. Imagem fotográfica

VI. Imagem em movimento

VII. Som

AValiação

Exercícios	5 (x10)
Seminário	25
Participação	25
	=100

- 15/03 . Apresentação da disciplina.
22/03 . “Expressão, estilo e representação” (DEWEY, GOMBRICH, BRINGHURST) /// **EX1**
29/03 . “A criação e o contemporâneo - Conceitos” (AGAMBEN, GROYS, GUMBRECHT) /// **EX2**
05/04 . “A criação e o contemporâneo – Além da publicidade” (KLEIN, CARDOSO, FOSTER) /// **EX3**
12/04 . “A criação e o contemporâneo – Táticas e estratégias” (SCHWARTSMAN, CARRASCOZA, ANDRADE) /// **EX4**
19/04 . “Da mão à tela” (COUCHOT, SENNET, FLUSSER) /// **EX5**
26/04 . “Imagem da palavra” /// **EX6**
03/05 . “Imagem fotográfica” (BARTHES, SONTAG) /// **EX7**
10/05 . “Imagem em movimento” (DELEUZE, XAVIER) /// **EX8**
17/05 . “Som” (JAKOBSON, WISNIK) /// **EX9**
24/05 . “Som e imagem” – Planejamento e produção de exposição /// **EX10**
31/05 . Montagem exposição

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (5 a 8 títulos)

- AGAMBEN, G. O que é o contemporâneo? *In O que é o contemporâneo e outros ensaios*. Chapecó: Editora Argos, 2009, p. 55-76.
ANDRADE, Oswald. Manifesto antropofágico
BARRETO, Tiago. *Vende-se em 30 segundos*. Manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: Editora Senac, 2010.
BARTHES, Roland. A retórica da imagem. *In O óbvio e o obtuso*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
BRINGHURST, Robert. Interlúdio histórico. *In Elementos do estilo tipográfico*. São Paulo: Cosacnaify, 2005, p. 133-158.
CARDOSO, Rafael. Os propósitos do design no cenário atual. *In Design para um mundo complexo*. São Paulo: Cosacnaify, 2005, p. 13-44.
CARRASCOZA, J. L. A. . *Do caos à criação publicitária: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade*. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2008. v. 1. 160 p.
COMPARATO, Doc. *Da criação ao roteiro*. O mais completo guia da arte e técnica de escrever para televisão e cinema. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
DELEUZE, G. Cinema 1: a imagem movimento. São Paulo: Brasiliense, 1985.
DEWEY, John. O ato de expressão. *In Arte como experiência*. 3ª ed. New York: Perigee Books, 2005, p. 143-178.
FOSTER, Hal. *Design e Crime*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017.
GOMBRICH, E. H. *Meditações sobre um cavaleiro de pau*. São Paulo: Edusp, 1999, p. 1-11.
GROYS, Boris. Sobre o novo. *In Arte e poder*. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2016, p. 37-59.
GUMBRECHT, H. U. Pequenas crises. Experiência estética nos mundos cotidianos. *In: Comunicação e Experiência Estética*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, p. 50-61.
JAKOBSON, Roman. Linguística e Poética. *In Linguística e comunicação*. São Paulo: Martins Fontes, 2002, p. 150-207.
KLEIN, Naomi. *Sem logo*. A tirania das marcas em um planeta vendido. São Paulo: Record, 2002.
MAU, Bruce. *Life Style*. Toronto: Phaidon, 2000, p. 88-91..
OGILVY, David. *Confissões de um publicitário*. Rio de Janeiro, São Paulo: Difel, 1976, p. 85-131.
SCHWARSTMAN, Hélio. *Brainstorming vs. o poder dos introvertidos*. Folha de São Paulo, Ilustríssima, 4 de março 2012.
SENNET, Richard. O artífice.
XAVIER, I. *O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.
WISNIK, José Miguel. *O som e o sentido*. Uma outra história das músicas. São Paulo: Companhia das Letras, 2004, p. 15-31.
-