

Disciplina: FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA
Código: HT/OC267
Curso: Comunicação Social – Habilitação: Publicidade e Propaganda
Pré-requisito: não tem
Natureza: Semestral

Carga horária: Aulas teóricas: 02 horas-aula Aulas práticas: 02 horas-aula	Total: 60 horas-aula Créditos: 04 (quatro) Frequência exigida: 75%
--	---

OBJETIVOS:

1. GERAL: O entendimento mais amplo da semântica e da sintaxe próprias da linguagem visual e de todo o seu potencial comunicativo no mundo moderno.
2. COMPORTAMENTAL: Preparar o aluno a reconhecer a independência da linguagem visual em âmbito geral e da fotográfica em específico, como forma de expressão autônoma. Sendo então desta forma elaborada e pensada.
3. ESPECÍFICO: Desenvolver a noção da técnica como elemento primordial para a elaboração da linguagem e sua discussão. Construir uma visão geral da força de uma imagem fotográfica na publicidade e sua submissão as diretrizes estéticas traçadas no planejamento de qualquer campanha.

EMENTA: Técnicas fotográficas avançadas. Iluminação artificial e seu controle. Formatos de câmara e suas especificidades. Processo digital e sistemas mistos. A importância do Layout. Relação fotógrafo, agência e banco de imagens. Ética.

PROGRAMA: Conceitos básicos. Fotografia sua história e seu desenvolvimento técnico-tecnológico. Técnica fotográfica (fotometria, utilização de flashes, anatomia do corpo da câmara, controle de profundidade de campo, filtros, etc.), Fotometria avançada, utilização do cartão cinza e fotômetro de mão. Procedimentos práticos de fotometria. Noções sobre os diferentes formatos de câmara e suas utilizações na fotografia publicitária. A relação fotógrafo e agência e Banco de Imagens e sua importância no mercado publicitário. A criação de um banco de imagens. O layout como idéia básica (da idéia a fotografia) e sua importância para a relação de despesas. Flash básico. Flash avançado e luz mista. Prática de flash. A fotografia digital e o fluxo de trabalho na publicidade. Portfólio. Montagem e cuidados na edição. Estúdio fotográfico – teoria e prática. Marketing e ética profissionais.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS: O procedimento será norteado pela motivação da descoberta da técnica como elemento revelador dos procedimentos estéticos e da visão histórica da fotografia. Ao mesmo tempo em que será observado o ensino dos controles técnicos se trabalhará o descondicionamento do olhar. Textos, slides, vídeos e computação

gráfica serão apoios didáticos utilizados para a compreensão da matéria. Além de exercícios práticos com câmeras e iluminação voltados ao entendimento de pontos específicos na elaboração de uma fotografia publicitária.

METODOLOGIA: Utilização da técnica como porta de entrada no universo da imagem fotográfica. Apresentar a técnica como instrumental na elaboração da mensagem, e a mensagem como elemento atrelado ao instrumental, mas independente ideologicamente. Instigar sempre a visão crítica sobre a mensagem e os meios de sua produção por meio da discussão de portfólios e a realização de ensaios fotográficos. Discutir material publicitário contemporâneo, sua elaboração técnica e a relação entre texto e fotografia, entre idéia e realização estética.

FORMAS DE AVALIAÇÃO: Participação na aula, exercícios práticos propostos em aula, provas escritas, elaboração de dissertações sobre tema proposto e avaliação de portfólio.

Bibliografia básica

LANGFORD, Michael John. Fotografia: manual de laboratório, técnicas e equipamentos. São Paulo: Melhoramentos.

LIMA, Ivan. A Fotografia é a sua linguagem. São Paulo: Espaço e Tempo.

MUSA e PEREIRA, João Luiz e Raul Garcez. Interpretação da luz – controle de tons na fotografia preto e branco. São Paulo: Olhar Impresso.

SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica. São Paulo: Brasiliense.

KOSSOY, Boris. Fotografia e história. São Paulo: Ática.

NEWHALL, Beaumont. The history of photography. New York: The Museum of Modern Art.

COSTA e RODRIGUES, Helouise e Renato. A fotografia moderna no Brasil. Rio de Janeiro: UFRJ.

TILLMANN, URS. Advertising photography – The creative large format. Schaffhausen: Sinaeredition.

VASQUEZ, Pedro. Fotografia – Reflexo e reflexões. São Paulo: L&PM.

ADAMS, Ansel. The câmera. Nova York: Little Brown.

PAIVA, Joaquim. Olhares refletidos. Rio de Janeiro: Ágil/Dazibao.