



Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana

Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.
Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 – Ponto Central CEP 44.032-620
Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia
Site: www.fat.edu.br E-mail: fat@fat.edu.br
CGC: 01.149.432/0001-21

PROGRAMA DE DISCIPLINA

CURSO	ANO LETIVO
COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA	2015.2
CÓDIGO	DISCIPLINA
PUB018	DIREÇÃO DE ARTE
CARGA HORÁRIA	SEMESTRE DE OFERTA
72H	4º

EMENTA

Conceitos e definições de direção de arte; direção de arte em agência publicitária: funções e rotina de trabalho; as relações entre arte e publicidade; elementos da direção de arte: luz, cor, fotografia, composição, identidade visual e linguagem; direção de arte em vídeo e fotografia para publicidade.

OBJETIVOS

Fornecer subsídios conceituais da Direção de Arte; conduzir o aluno a prática do entendimento da imagem visual, resultante de um processo expressivo que conjuga técnica e poética e suas aplicações no campo da publicidade e propaganda.

PERFIL DO EGRESSO

O curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FAT, objetiva formar profissionais com capacidade de gestão, empreendedores, preparados para exercer funções de assessoramento, chefia, gerenciamento, direção de pesquisa e planejamento no âmbito da Publicidade e Propaganda. Esses profissionais devem ter conhecimento científico, técnico, artístico e estético necessários para a compreensão dos fenômenos da comunicação no sentido de propor soluções a partir do domínio desses conhecimentos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Unidade I – Linguagem visual:

A retórica da imagem

Introdução à Análise da Imagem

Semiótica – Ciência dos signos

Processos criativos:

–

O verbal e o não verbal . A criação da idéia: a argumentação através da imagem.

Etapas da criação: o briefing; o brainstorm (associação de idéias); o rough; o lay out; a arte final.

Princípios da diagramação

O Grid (a malha diagramática), o espaço gráfico visual.

Tipografia:

Os tipologistas – o redesenho das letras após a invenção da gráfica em 1450. A serifa: um divisor de águas.

Helvetica:

Os 50 anos do tipo mais usado no mundo.

Criação publicitária:

A solução criativa para um problema de comunicação mercadológica.

A agência e seus setores. Criação, redação, produção, atendimento, planejamento, mídia, faturamento

Função do setor de arte de uma agência de propaganda –

Diretor de arte; Diretor de fotografia; Arte finalistas; Produtores

O processo criativo

Tipos de anúncios – promocional / institucional / informativo

Cores:

Psicodinâmica das cores – atributos da cor: a cor como imagem, a cor como mensagem, a cor como peso

Linguagem subliminar

As intervenções nos meios de comunicação: intertextualidade e imagem subliminar.

Manifestações estéticas

A arte como meio. Arte Pop: a propaganda fala através da obra de arte.

As Artes Gráficas, formatos e medidas

Quadrado, retangular, inclinado.

Unidade II – Aspectos construtivos, organizacionais e práticos em laboratórios

As Artes Gráficas e os meios de veiculações

A escolha do veículo certo. Jornal; Revista; Out door; Mídia eletrônica; Folder; Mala direta; Material de ponto de venda.

Técnicas de criação da peça gráfica

Fotografia; ilustração; all type.

Tratamento de imagem no Photoshop para utilizar na peça gráfica.

Logotipia - Estudo da marca de uma empresa, produto, serviço ou indivíduo, como ícone de memorização.

Técnicas de criação:

Estratégia de comunicação –

Público alvo e adequação da linguagem eletrônica.

Produção para Rádio –

Direção de arte no comercial de Rádio

Produção para TV – Direção de TV; Direção de arte no comercial de TV

Produção para Web –

A linguagem da página na Internet: anúncios para sites e blogs.

Armazenamento e emissão de dados no espaço virtual –

Downloads e uploads como processo de transmissão de dados via internet.

METODOLOGIA

Aulas expositivas, com exemplificação de material publicitário: portfólio, vídeo, cartazes, debates, vídeos, palestras, dinâmicas e exercícios individuais e trabalhos em grupos.

Recursos:

Lousa / data-show TV, vídeo/ DVD

Laboratório Informática – Programas de computação gráfica

AVALIAÇÃO

A avaliação será processual. A presença e a participação do aluno em aula será um primeiro critério de avaliação. Serão realizados trabalhos sobre leitura de sentido (visual), em forma de fichamento/relatório, seminários em grupos acerca de um tema proposto e orientado sobre a estética da produção visual e produção de trabalhos práticos, em grupo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CESAR, Newton. **Direção de Arte em Propaganda**. São Paulo: Futura, 2000.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Ed. Edgard Blucher, 1982.

SANDMANN, Antônio. **A Linguagem da Propaganda**. São Paulo: Editora Contexto, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AZEVEDO, Wilton. **Os signos do design**. São Paulo: /global, 1996.

BIGAL, Solange. **O que é criação publicitária - o estético na publicidade**. São Paulo: Nobel, 1999.

CUMMING, Robert. **Para entender a arte**. São Paulo: Ática, 1996.

DALY, Tim. **A fotografia digital**. São Paulo: Livros e Livros, 2000.

DOMINGUES, Diana (org.) **A arte no século XXI – a humanização das tecnologias**. São Paulo: Editora UNESP, 1997.

LIPOVETSKY, Gilles. **“A Publicidade mostra suas garras”** In: *O Império do Efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

NEWTON, Cesar. PIOVAN, Marco. **Making Of – revelações sobre o dia a dia da fotografia**. São Paulo: Futura, 2003.

NIELSEN, Jakob. **Homepage e usabilidade – 50 websites desconstruídos**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

PREDEBON, José (org.). **Propaganda – Profissionais ensinam como se faz**. São Paulo: Atlas, 2000.

SCHARF, A. **Art and Photography**. Baltimore: Penguin Books, 1974.

THOMPSON, Charles. **Grandes ideias**. São Paulo: Saraiva, 1993.

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio Criativo na Publicidade**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

WILLIAMS, Roy H. **Fórmulas secretas do mago da publicidade**. São Paulo: Futura, 2000.

Outras Referências:

Revista Photoshop

Revista Propaganda

Jornal Meio e Mensagem

COLEGIADO DO CURSO PUBLICIDADE E PROPAGANDA