



Unidade Universitária: Centro de Comunicação e Letras		
Disciplina: LINGUAGEM FOTOGRÁFICA (LFE em Marketing e Criação)		Código da Disciplina: ENEX00984
Curso: Publicidade e Propaganda	Eixo Temático: Linguagens	
Carga horária: 25,5h	(X) Teórica (X) Prática	Etapas: 4ª
Ementa: Estudo da linguagem, dos equipamentos, dos materiais e dos processos fotográficos básicos, valorizando o aluno como agente criador. A fotografia como instrumento de estimulação, sensibilização e desenvolvimento do potencial de observação/percepção visual. Produção, análise e conceituação da imagem fotográfica.		
Objetivos: Apresentar ao aluno técnicas e equipamentos diversos, explorando suas potencialidades. Proporcionar os conhecimentos básicos da câmera analógica, da revelação e ampliação no laboratório P/B. Possibilitar a adequação entre técnica e imagem desejada: intenção e realização.		
Fatos e Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes, Normas e Valores
Conhecer as especificidades da linguagem fotográfica aplicada à produção publicitária.	Aplicar os conceitos aprendidos na produção de fotografias publicitárias.	Compreender as implicações implicações profissionais, sociais e culturais relacionadas ao uso de fotografias na comunicação publicitária.
Conteúdo Programático Conteúdo teórico 1. História da fotografia – desenvolvimento técnico-tecnológico. 2. História da fotografia – as principais referências na área. 3. Conceitos básicos do campo da fotografia e princípios da formação da imagem fotográfica. 4. Especificidades das linguagens fotográficas – moda, jornalismo, publicidade. 5. Introdução à iluminação fotográfica. Conteúdo prático 1. Funcionamento da câmera: diafragma, obturador, fotometragem e objetivas. 2. Introdução à técnica: exposição, latitude, profundidade de campo. 3. O filme fotográfico e a prática de laboratório PB. 4. Técnicas de iluminação fotográfica. 5. Experimentos de linguagem: ensaios, edição, exposição. 6. Tratamento e edição de imagens. 7. Noções sobre os diferentes formatos de câmera e suas aplicações no mercado publicitário.		
Metodologia Aulas teóricas expositivas com apoio de textos e exemplos visuais. Aulas práticas para execução dos trabalhos fotográficos propostos e análise das imagens produzidas.		

**Critérios de avaliação**

Avaliação P1: constituída por desenvolvimento de exercícios experimentais, trabalho individual e trabalho em grupo.

Avaliação P2: Prova escrita individual.

A Média Final será composta por P1 (50%) e P2 (50%)

Bibliografia básica

BUSSELLE, Michael. *Tudo sobre Fotografia*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning Ltda. (770.28 B981t)

KUBRUSLY, Cláudio Araújo. *O que é fotografia*. São Paulo: Brasiliense, 1991. (770 K95q)

TRIGO, Thales. *Equipamento Fotográfico: teoria e prática*. São Paulo: Senac, 2004. (771 T828e)

Bibliografia complementar

BARROS, Geraldo de. 1923-1998: *Fotoformas*. São Paulo: Cosac & Naify, 2006. (779.2 B277g 2006)

CAMUS, Renaud. *Collection photo poche*. Paris: Centre National de la Photographie, 1990. (770.92 C221)

CARTIER-BRESSON, Henri. *Henri Cartier Bresson: photographer*. Boston: Little, Brown and Company, 1999. (770.92 C327h)

PERSICHETTI, Simonetta. *Imagens da fotografia brasileira*. São Paulo: Estação Liberdade, 1997. (779.981 P466i)

ZUANETTI, Rose; REAL, Elizabeth; MARTINS, Nelson. *Fotógrafo: o olhar, a técnica e o trabalho*. São Paulo: Ed. SENAC, 2002. (779 S474f)