



<b>Unidade Universitária:</b> Centro de Comunicação e Letras		
<b>Disciplina:</b> CENOGRAFIA EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA (LFE em Marketing e Criação)		<b>Código da Disciplina:</b> ENEX00361
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda		<b>Eixo Temático:</b> Linguagens
<b>Carga horária:</b> 25,5h	( ) Teórica (X) Prática	<b>Etapa:</b> 6ª
<b>Ementa:</b> Estudo sobre o conhecimento e a habilidade de construção e adaptação das diversas formas de projetar e construir uma imagem física e tridimensional para uso em eventos, fotos, filmes promocionais ou outros por meio de pesquisa, experimentação e avaliação de projetos existentes.		
<b>Objetivos</b> Proporcionar aos alunos o conhecimento básico das técnicas, materiais, ferramentas, instrumentos e processos de produção de peças cenográficas para utilização em eventos e ações de comunicação promocional.		
<b>Fatos e Conceitos</b>	<b>Procedimentos e Habilidades</b>	<b>Atitudes, Normas e Valores</b>
Conhecer materiais, técnicas e ferramentas utilizados na produção cenográfica.	Pesquisar, selecionar e experimentar as técnicas de trabalho, ferramentas e materiais aplicando-as no projeto e construção de peças físicas tridimensionais utilizadas em eventos e produções publicitárias em geral.	Interessar-se pela pesquisa e experimentação na criação e solução de projetos de produção publicitária.
<b>Conteúdo Programático</b> 1. Conceito de espaço cenográfico e sua aplicação no campo da publicidade. 2. Técnicas de elaboração de projeto cenográfico para filme publicitário. 3. Técnicas de elaboração de projeto cenográfico para eventos. 4. Técnicas de elaboração de projeto cenográfico para PDV. 5. Etapas de desenvolvimento do Projeto Cenográfico. 6. Pesquisa de materiais.		
<b>Metodologia</b> Aulas expositivas e práticas baseadas em pesquisas, análises, experimentação de técnicas, materiais, ferramentas, instrumentos e processos de produção para projeto de ambiente cenográfico para evento e filme publicitário. Trabalhos orientados pelo professor desenvolvidos em duas fases distintas com aumento progressivo de complexidade.		
<b>Critérios de avaliação</b> P1 - Trabalho realizado em sala de aula, avaliação continuada e individual. P2 - Desenvolver autocrítica para avaliar a qualidade geral de seus trabalhos.		



### **Bibliografia básica**

BLESSA, Regina. *Merchandising no ponto-de-venda*. São Paulo: Atlas, 2012. (658.81 B647m)  
CARDOSO, João Batista Freitas. *Cenário televisivo: linguagens múltiplas fragmentadas*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2009. (302.2345 B333c)  
SMITH, Thomas Graham. *Industrial light & magic, the art of special effects*. New York: Del Rey Book : Ballantine Books, 1986. (791.43024 S662i 1986791.43024 S662i)

### **Bibliografia complementar**

A *CARPINTARIA*, Lisboa: Estampa, 1998 (Coleção artes e ofícios). (694 C298 1998694 C298)  
DEL NERO, Cyro. *Cenografia: uma breve visita*. São Paulo: Claridade, 2008 (792.02 N449c)  
CASTILLO, Sonia Salcedo del. *Cenário da arquitetura da arte: montagens e espaço de exposições*. São Paulo: Martins, 2008. (707.4 C352c)  
MANTOVANI, Anna. *Cenografia*. São Paulo: Ática, 1989. (751.75 M293c)  
RATTO, Gianni. *Antitratado de cenografia: Variações sobre o mesmo tema*. São Paulo: SENAC, 1999. (792.025 R237a)